

La lettre

de

proton



## S E C T E U R

VOUS AVEZ DIT COMPLET ?

Quand vous faites la queue sous la pluie depuis 1 h pour voir le dernier Güney et que l'on vous annonce tranquillement : revenez à la prochaine séance, c'est complet !! Pas de dessin . On imagine facilement votre réaction.

Mais quand c'est pour vous informer que le secteur Propa est maintenant au grand complet hein... C'est pas la même chose, c'est la joie... quoi !!

Janine AQUAVIVA : a été consacrée au rang de chef de service mais elle s'occupe aussi de l'éducation syndicale.

Henri DAMETTE : se donne corps et âme à la Propa des grandes entreprises.

Marie-Christine DUBUC : s'abandonne à la Propa des Fédés et à la Lettre de Propa.

Roland DUPRAT : se voue (en permanence) à tout ce qui touche les problèmes de l'audio-visuel et est de ce fait membre éminent du collectif Information Communication Confédéral.

Jean-Pierre SOUVAIS : s'adonne à la Propa des UL  
et des UD et est le grand pontif du "PROPA".

et Olivier AFFIF : versent dans la collabora-  
Jean-Pierre TISSOT : tion technique

et Marie-Claude LAGUERRE : sont les deux charmantes  
Natalie PENVERN : collaboratrices administra-  
tives sans qui presque rien  
ne serait possible.

Et ce grand secteur dynamique est toujours et pour  
longtemps encore sous la haute responsabilité de  
Bernard LACOMBE.

---

FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH.

---

12 AVRIL 1983 : rencontre des secrétaires à la Propa  
des UD, Fédés

Rencontre importante autant par le nombre des participants présents (80 secrétaires à la Propa) que par les thèmes abordés.

Préparée par l'envoi d'un document et d'un questionnaire, la discussion a pu entrer très vite dans le vif du sujet (l'activité propagande de la C.G.T. à partir de l'entreprise) en étant bien le reflet de la situation que nous vivons, avec ses possibilités et ses insuffisances.

Beaucoup de sujets abordés : la stratégie patronale à partir de la radiographie d'une entreprise (R.V.I.) pendant 1 mois d'information et de Propagande, et la projection d'un film du C.N.P.F. ; l'éducation syndicale de Propa et surtout à l'entreprise ; les questions de l'audio-visuel aujourd'hui.

Le renvoi du questionnaire : dûment rempli, apporte au secteur des renseignements précieux sur l'état du "tissu" de propagande du mouvement.

Et déjà des suites à la réunion : bureaux d'UD ou CE sur la Propa, mise sur pied de plans de travail avec suivi de 2 ou 3 entreprises, stages de formation... Et ce n'est qu'un début !!

---

. FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH

---

LE COURRIER CONFEDERAL SPECIAL INTITULE :

"Pour une propagande de masse, imaginative, convaincante et offensive", est maintenant entre vos mains ou en passe de l'être.

Document d'archive ou instrument politique ?

Nous optons résolument pour la deuxième solution. Matériel destiné à imp ulser le débat, la réflexion de tous lors de réunion de CE, de Bureau syndical sur ce qu'est ou devrait être la Propa à l'entreprise.

Il importe de ne pas manquer le grand rendez-vous de la rentrée "Elections Sécurité Sociale".

Tous à jour pour gagner, doit être notre souci immédiat. Ce document peut y contribuer.

Si des exemplaires vous font défaut, n'hésitez pas à nous contacter.

---

. FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH

---

"Technique d'initiation à la Propagande"  
-----

La remise à jour du Propa 17 est en fin de réalisation.

Très prochainement, il sera à votre disposition sur commande au secteur.

Rappelons pour ceux qui ne connaissent pas le Propa 17, les préceptes qui ont conduit à sa naissance :

1 - Pouvoir dans chaque entreprise mener une propagande de masse simple, adaptée aux besoins des salariés, diversifiée selon la composition organique des usines, ateliers, bureaux et du personnel y travaillant.

2 - Pour cela, utiliser le maximum de militants (élus, syndiqués) en faisant de chacun un propagandiste des idées de la C.G.T. dans son secteur de travail.

Depuis : De profondes modifications sont intervenues tant dans la vie politique qu'économique du pays.

- Un certain nombre de droits nouveaux ont vu le jour récemment, des réformes importantes sont en cours.

- Des besoins ont été exprimés par les militants lors de session de formation aux techniques simples de propagande.

---

. FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH... FLASH.

---

LES GRANDES ENTREPRISES :

Une rencontre a eu lieu le 18 mai avec la participation de 9 camarades : HEH Lyon, Usinor Dunkerque, Société Générale (employés et UGICT), UD du Nord, UD de Paris, Fédération de la Santé.

Le débat a porté sur l'activité à l'entreprise et nos impératifs en matière de Propa.

Du constat fait, il a été notamment souligné la non existence ou l'abandon des journaux syndicaux d'entreprise, ainsi que les difficultés liées aux problèmes d'expression de la C.G.T.

Une orientation a été retenue, à savoir tout faire pour organiser la confection et la diffusion de journaux syndicaux tous les deux mois dans les 5 entreprises présentes.

Cela se faisant avec l'aide des UD, des Fédés présentes et du secteur. Des dates ont d'ores et déjà été retenues pour rencontrer les syndicats d'entreprises et mettre le N°1 en chantier.

Affaire à suivre.....

Tout cela nous a amené à introduire des fiches supplémentaires, à en remanier pour certaines le contenu.

Cela, nous en sommes convaincus, répondra à l'attente de nos organisations et rapidement des journées d'initiations fleuriront un peu partout.

PROPAGANDE SECU :

JOUER JUSTE ET EN PLEINE HARMONIE

Cette campagne pour les élections des administrateurs de la Sécurité Sociale nous impose d'être à la hauteur de l'enjeu, c'est-à-dire de bien connaître les propositions et solutions de la C.G.T., forcément en complète rupture avec celles des autres, de tous les autres. De les faire bien connaître à un électorat immense et composite, ce qui nous amène à écrire, à parler, à exposer, à afficher beaucoup, et à penser constamment femmes, jeunes, immigrés, ICT, retraités... Il faudra aller trouver les électeurs dans les entreprises, les commerces, aux portes des écoles, mais aussi au porte-à-porte et dans tous les lieux publics où se sera possible.

Une telle entreprise suppose un plan : le secteur propagande l'a élaboré et commence à réaliser les matériels prévus pour le mois de juin, en particulier une affichette (50 000 ex.) sur les inscriptions et une dizaine de fiches pour aider tous les responsables de la campagne (UD, Collectifs électoraux) à argumenter dans le débat.

Mais notre propos ici n'est pas de communiquer tous les supports prévus pour cette campagne. Ce sont des détails importants mais vous les trouverez dans le en-direct, sous peu. Nous voulons simplement vous dire comment nous envisageons de travailler.

Tout d'abord, nous voulons à l'occasion de cette importante campagne, resserrer nos liens avec tous les responsables à la propagande, en profiter pour aller ensemble vers un travail de plus en plus collectif et pour faire que chacune des structures soit dotée d'un secrétaire à la Propa, assisté quand se sera possible d'un petit groupe de travail. Autant dire que même si cette campagne sécu mobilise beaucoup un secteur confédéral pourtant étoffé maintenant, celui-ci doit veiller cependant à ne pas relâcher l'activité en direction des entreprises, des Fédés, des UD...

Sur la campagne proprement dite, nous tiendrons une réunion des responsables à la propagande (début/fin septembre sans doute) qui nous permettra de faire le point et de bien préciser, affiner et coordonner notre démarche respective.

Dès maintenant, par le biais de l'en-direct, déjà cité, et où la campagne propagande trouvera toute sa place, nous vous tiendrons informés. La Lettre de Propa viendra renforcer des informations chaque fois que nécessaire.

Comme vous le lirez dans le en-direct, nous avons construit la campagne en 3 phases dans le temps qui correspondent à des supports particuliers. Nous ne voulons pas revenir ici sur l'ensemblé, mais insister sur 4 d'entre eux que nous considérons comme des points d'appui autour desquels s'articule tout le reste.

Le logo de la C.G.T. : une équipe de graphistes y travaillent dès juin, un sigle C.G.T. nouveau et bien caractéristique estampillera tous les matériels de cette campagne.

- Les mots d'ordre : dès juin aussi, dans le endirect, nous proposerons les principaux mots d'ordre de cette campagne, afin qu'ils soient repris, adaptés et vulgarisés par toute notre organisation.

- début septembre, sortie d'un film 16 mm et vidéo de 26 minutes : réalisé par une équipe de cinéastes professionnels, il servira de base ou d'introduction aux réunions publiques.

- Enfin des "lieux C.G.T./Sécu" : c'est-à-dire des espaces où il s'agirait de mettre en situation les propositions de la C.G.T. en matière de santé et de Sécurité sociale. Imaginons un chapiteau où l'on trouverait : l'exposition réalisée par le secteur sur la Sécu; une table C.G.T. où le collectif électoral ferait connaître nos propositions, ferait signer des pétitions, appèlerait à l'adhésion ; et une maison de la Sécu où nos candidats administrateurs seraient présents avec des camarades des caisses et montreraient au public comment fonctionnerait une CPAM telle que nous la souhaitons avec du personnel nombreux, formé, une formation réelle au public sur ses droits etc... Ne pouvons-nous réaliser de tels espaces dans beaucoup de régions à l'occasion d'une foire ou d'un meeting important ou sur un marché. Nous y réfléchissons. Apportez-nous votre contribution, vos critiques, vos suggestions.

Ce qui nous amène à la fin de cette première note sur la propagande Sécurité Sociale : faites-nous connaître vos propres initiatives et envoyez-nous votre matériel, vos dossiers car nous savons que vous êtes aussi avancés sur cette question. Alors pour une propagande de qualité et bien coordonnée, maintenons le contact !