

La lettre

de

propa



## SOMMAIRE

- 1 - A PROPOS DE LA LETTRE A "PROPA."
- 2 - PLANNING-ECHEANCIER DU MATERIEL DE PROPAGANDE CONFEDERAL.
- 3 - ELEMENTS POUR UNE CAMPAGNE "SECU" D'ETE.
- 4 - DES IDEES, DES EXPERIENCES.

## A PROPOS DE LA LETTRE A PROPA

La SECU : 32 millions d'électeurs.

Pour la C.G.T., une campagne de cette dimension avec comme point névralgique : L'ENTREPRISE.

A situation exceptionnelle, moyens exceptionnels.

Voir très-très-grand- au plus près, tel est notre objectif.

Pour ce qui lui revient, le Secteur Propa a décidé d'aider à réaliser et à faire surgir tant du matériel que des initiatives Propa à tous les niveaux. Cette lettre, adressée à tous les responsables Propa des Fédérations, des Unions Départementales, des Unions Locales et des grandes entreprises, peut y contribuer.

Peut-être est-ce la première fois que tu la reçois ? Peut-être vas-tu l'apprécier voire même l'attendre ? Alors, rassure -toi, elle te sera adressée régulièrement pendant la campagne, ponctuellement dans l'avenir quand le besoin s'en fera ressentir.

Alors, bon courage et à bientôt.

oOo

Une suggestion : pourquoi ne pas estampiller toutes nos productions de la phrase :  
*"Matériel CGT financé par les syndiqués" ?*

MOIS	OBJECTIF	MATERIELS CONFEDERALS	NUMBER EXEMPLAIRES	DATE
JUIN	Sensibilisation et inscription	<ul style="list-style-type: none"> <li>● affichette inscription</li> <li>● fiches argumentaires (10) pour les militants</li> <li>● Logo ) communiqués</li> <li>● Mots d'ordre ) sans support</li> <li>● Lettre sur la campagne d'été</li> </ul>	<p>50 000</p> <p>5 000 chacune</p>	<p>7 juin</p> <p>17 juin</p> <p>20 juin</p> <p>10 juin</p>
JUILLET	Campagne d'été	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Propa spécial SECU</li> </ul>	5 000	22 juillet
AOUT	Campagne d'été			
SEPTEMBRE jusqu'aux premiers jours d'oc- tobre	Campagne d'explication de fond	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Film 25 minutes</li> <li>● Expo. parrainage et lieux publics</li> <li>● France-Espoir</li> <li>● 7 journaux muraux (1 par semaine)</li> <li>● Emissions de radio : 4 en tout</li> <li>● Auto-collants Votex C.G.F.</li> <li>● Bandeaux " "</li> <li>● Affiche 40 x 60 80 x 120</li> <li>● Journal femmes</li> <li>● Journal cadres</li> </ul>	<p>25</p> <p>1 500</p> <p>1 000 000</p> <p>50 000</p> <p>50</p> <p>3 000 000</p> <p>3 000 000</p> <p>200 000</p> <p>1 000 000</p> <p>1 000 000</p>	<p>1er septembre</p> <p>1er septembre</p> <p>3 septembre</p> <p>1er septembre (1e premier)</p> <p>1er septembre (1a première)</p> <p>1er septembre</p> <p>1er septembre</p> <p>1er septembre</p> <p>15 septembre</p> <p>20 septembre</p>

.../

MOIS	OBJECTIF	MATÉRIELS CONFÉDÉRAUX	NOMBRE EXEMPLAIRES	DATE
SEPTEMBRE	(voir première page )	<ul style="list-style-type: none"> <li>● affichettes petits formats en langues</li> </ul>	50 000	15 septembre
8 OCTOBRE JUSQU'AU 19 OCTOBRE	Appel au vote C.G.T.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Affiche 50 x 60 80 x 120</li> <li>● journal de masse</li> </ul> <p>fin d'utilisation des bandeaux et auto-collants (garder des réserves dans les U.D.)</p> <p>possibilité d'un matériel de dernière heure</p>	200 000  4 000 000	8 octobre  1 octobre

## PROFITER DE L'ETE

C'est bien sûr le souhait du secteur Propa pour tous les militants qui pourront prendre quelques loisirs. Mais au-delà, il s'agit de la campagne SECU que nous pouvons et devons mener pendant cette période, avec deux volets :

- en direction des entreprises
- en direction des vacanciers.

### Pour les entreprises

Elles continuent à tourner pendant une partie de cette période... et les travailleurs continuent d'y rencontrer les mêmes problèmes (pouvoir d'achat, conditions de travail, autoritarisme, gâchis...) qui nécessitent toujours leur intervention. Et pour faciliter cette intervention, pour aider à y voir clair, les explications de la C.G.T. Il est possible et nécessaire là, de montrer aux travailleurs combien les revendications qu'ils posent percutent la Sécurité Sociale et quel enjeu économique recouvrent les élections d'octobre : une croissance nouvelle, une bataille de la productivité gagnée, plus de richesses créées, une intervention toujours croissante des travailleurs dans la gestion, et la SECU pourra être mieux financée et la protection sociale plus étendue.

Malgré le relâchement toujours possible en période d'été, il faut mener cette bataille d'explications là, en se servant de tous les moyens de propagande dont on dispose sur l'entreprise et en redonnant du même coup tout son rôle au journal syndical, mais aussi en profitant pleinement des possibilités qu'offrent les droits nouveaux.

Le Secteur Confédéral aide à cette campagne avec les matériels déjà prévus comme les fiches argumentaires et avec le Propa N° 32 qui vient de sortir. Il propose en outre une affichette tirée à 200 000 exemplaires sur le thème *"Pour l'entreprise et pour la SECU, on peut compter dessus LA C.G.T."*

### Pour les vacanciers

Dès juillet, des millions de salariés et de retraités seront, avec leurs familles, à la mer, à la montagne ou à la campagne.

Ils sont, dans cette période, dans un état d'esprit différent du reste de l'année. C'est le mois où ils sont plus disponibles, où se resserrent les liens entre familles, entre amis.

C'est aussi le moment où ils subissent les hausses abusives, les locations non conformes, les terrains surchargés.

Des relations se nouent. On échange des opinions. Les conversations du café du commerce fleurissent.

Nos militants ont à rectifier, à proposer, à faire connaître nos propositions et parfois à agir. INDECOSA C.G.T. doit prendre dans ce contexte une dimension concrète.

Tout le monde parle des impôts pour la SECU.

Pourtant chaque année, dans les stations thermales des scandales sont révélés quant à la qualification des personnels, à l'hygiène, autant de raisons de parler de la SECU qui paie.

Au-delà de la SECU, l'actualité pendant les vacances est perçue autrement qu'à l'ordinaire. La région offre aux vacanciers des curiosités qu'ils cherchent à connaître. N'avons-nous pas intérêt à agir auprès d'eux pour les aider à découvrir la région, montrer ce qu'il y a à défendre, à reconstruire et combien cela est préjudiciable pour la région comme pour les finances de la SECU ?

Quelque chose ne va pas à l'hôtel, au village, au camping, ou bien les prix ne respectent pas les accords de modération, la C.G.T. doit s'exprimer, doit agir pour défendre les vacanciers et démontrer son utilité. Bon nombre de gens ne connaissent pas directement la C.G.T. C'est le moyen de leur opposer une autre image que celle à laquelle les médias nous ont habituée.

La vie en vacances propose des curiosités qu'il faut éclairer de l'avis de la C.G.T. Nombre d'endroits ont été marqués par notre histoire, il est bon que les estivants soient nombreux à le savoir.

Pourquoi ne pas réaliser des mini-guides ou des plans sommaires dans lesquels on invite les vacanciers à découvrir votre région ? Pourquoi au verso de ceux-ci, dans un style simple, chaleureux, ne pas leur adresser quelques mots au nom de la C.G.T. ?

Organiser des bals, des concours : boules, belote, échecs pour recueillir les fonds nécessaires au financement de la bataille électorale en participant aux fêtes locales. Coller sur les grands axes routiers, à l'arrivée des trains, sur les embarcadères des bateaux, les affiches de la C.G.T, c'est contribuer à lancer la bataille.

Dans chaque village, aux abords de chaque place, au départ des itinéraires, sur la route des vins comme des châteaux, faire parler la C.G.T.

En vacances, pour toucher ces millions de gens qui n'ont pas de syndicat CGT dans leur entreprise, il y a des lieux où on les rencontre : ce sont, les festivals, les épreuves sportives. Toutes ces manifestations supposent que la C.G.T. y fasse parler les murs et les routes.

Du Tour de France à la randonnée pédestre, il y a quelque chose à faire.

Dans la sacoche V.O. du Tour de France cette année, un bandeau sportif sera donné à chaque acheteur sur lequel figurent ces mots "La C.G.T., champion de la SECU". Les bandeaux pourraient être vendus 2 F l'unité à nos U.D., à condition qu'elles en fassent la demande avant le 20 Juin au Secteur Propagande.

En un mot, nous dirons en vacances, la C.G.T. aussi.

DES IDÉES, DES EXPÉRIENCES

DES DÉPARTEMENTS, DES SYNDICATS FONT  
CONNAÎTRE AU SECTEUR CONFÉDÉRAL PROPAGANDE LES  
PREMIÈRES INITIATIVES DE PROPAGANDE, PRISES. NOUS  
VOUS EN DONNONS QUELQUES-UNES... EN ATTENDANT DE  
PUBLIER LES VÔTRES !

... L'U.G.I.C.T., optant pour une campagne en profondeur a  
décidé de tenir 1000 débats dans les entreprises en 6 semaines,  
pour discuter, sur le terrain, avec les cadres, de leurs  
préoccupations et de la Sécurité Sociale.

Pour aider à ces débats, un argumentaire élaboré  
par l'U.G.I.C.T. et que le Secteur propa. transmettra aux U.D.

... L'U.D. D'INDRE ET LOIRE publie, sous forme de feuille de  
remboursement un dépliant intitulé : la C.G.T. et la Sécurité  
Sociale. Quelques rappels de la conquête sociale importante  
qu'est la "SECU", un questionnaire pour savoir comment est  
perçue la "SECU.", les propositions de la C.G.T.

.../...

... L'U.D. DE CORRÈZE prend toutes les dispositions nécessaires pour assurer une présence de la C.G.T. et une popularisation de ses positions lors de toutes les fêtes de l'été sur le département.

... LE SYNDICAT NATIONAL DE L'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE ET PROFESSIONNEL (S.N.E.T.P.) demande à ses adhérents de faire d'ici la fin juin un cours sur la "SECU" à toutes les classes terminales de C.A.P.-B.E.P. et de recommencer d'ici le 19 octobre pour les 1ères et 2èmes années.

... L'U.D. DE LA LOIRE a sorti un dossier-militant d'un grand intérêt avec des fiches sur le financement, la gestion etc... et différents modèles d'affichettes.

... L'U.D. DU PAS DE CALAIS interviendra avec Radio QUINQUIN le long des plages de la Côte d'Opale, pendant un mois et demi d'été.

Elle aussi a publié un tract-questionnaire sous forme de feuilles de soins.

... L'U.D. DE MEURTHE ET MOSELLE a organisé un grand collage et redémarre la radio début septembre : un outil de plus !  
... ET VOUS ? ...