



## SPECIALE :

"URGENCE C.G.T. LES MOYENS  
DE LA VIE"

Montreuil, le 24 Avril 1985

### ● NOUS N'AVONS PAS LA PRESSE AVEC NOUS

Après la Conférence de Presse suivant le C.C.N. deux thèmes majeurs ont été développés pour dénigrer l'opération.

1. *La C.G.T. s'affaiblit, il lui reste très peu d'adhérents, d'ailleurs elle ne veut pas donner les chiffres.*
2. *La C.G.T. est dépensière, elle s'est constitué une maison surdimensionnée qu'elle n'arrive plus à payer.*

Il est intéressant de prendre connaissance de la revue de presse qui a été constituée sur l'affaire. Celle-ci a été remise à tous les membres du C.C.N. (unions départementales et fédérations). Ce qui est frappant, c'est d'une part le nombre de journaux s'exprimant sur le sujet.

Cela représente 31 pages de photocopies condensées. C'est d'autre part la belle unanimité.

Alors que d'autres éléments avaient été fournis aux journalistes, tous sauf rare exception ont choisi de dire : "la C.G.T. est un gouffre, elle n'a plus les moyens de sa politique ; donc si vous versez c'est à fond perdu, de l'argent mal placé.

Pas étonnant que dans les entreprises, là où on a commencé la campagne les camarades se heurtent à ces idées là !

## ● POURTANT, LA PRESSE A JOUE POUR NOUS !

Comme cela se produit dans bien des cas quand il s'agit de propagande, il y a des aspects positifs et d'autres qui sont récupérés ou retournés en faveur d'une autre cause.

Sur ce dernier point, il ne faut pas s'étonner que la presse se mobilise contre notre initiative. Il va donc falloir corriger, faire de la propagande. De toute façon, il ne fallait pas s'imaginer engager une campagne de cette ampleur sans mener une grande campagne d'idées.

Ce n'est pas une collecte de plus, mais une action politique pour donner à la C.G.T. les moyens de changer la situation. Cela s'argumente et se discute. Si la presse s'est mobilisée c'est pour empêcher que ce débat ait lieu ou pour le déplacer. Ils savent bien que nous pouvons réussir.

Quant à l'autre aspect, il n'apparaît pas à première vue, il est pourtant essentiel. Tous les journaux nationaux et régionaux ont parlé de l'initiative, la télé et la radio également. Résultat, tout le monde est au courant. Cela nous prépare le terrain pour débattre des raisons réelles qui nous ont conduits à une telle décision.

D'habitude, nous nous plaignons de ne pas passer la rampe, là c'est réussi. Il ne faut pas laisser retomber l'effet en attendant trop longtemps pour solliciter les travailleurs.

## ● CELA DIT, IL FAUT VITE RECTIFIER.

La campagne de presse vise l'échec de notre initiative, mais pas seulement. Cela continue à alimenter la campagne sur la *"décadence du syndicalisme de lutte de classe"*. Chaque organisation C.G.T. mettra donc un point d'honneur à rétablir la vérité, nous n'en doutons pas.

1. Des chiffres, la C.G.T. en a donnés lors de la conférence de presse. Des chiffres sur les résultats électoraux, sur le soutien des travailleurs Français aux mineurs Anglais, sur la préparation et la participation au rassemblement des jeunes le 23 Mars, etc ...

Ceux là n'intéressent pas la presse.

Tous ces chiffres montrent que la C.G.T. est une organisation capable d'atteindre ses objectifs, d'appliquer sa politique et d'agir comme il convient. Tout cela étant confirmé par la mise en échec de la signature sur la flexibilité de l'emploi.

Les moyens de la C.G.T. sont insuffisants face aux moyens du C.N.P.F., face à la remise en cause sociale qui se prépare, face à l'évolution des moyens de communication. Mais la C.G.T. reste l'angoisse de ceux qui veulent faire payer la crise aux salariés. Les articles de presse en question le prouvent.

Cependant, cela confirme bien qu'il faut lier luttes, renforcement et "urgence C.G.T." dans cette opération. Il ne suffit pas d'avoir une renommée, une influence, une bonne expérience et une bonne organisation pour réussir, il faut également avoir une bonne assise de masse. Autrement dit, pour peser le poids voulu les syndicats C.G.T. doivent obligatoirement avoir de nombreux syndiqués payant régulièrement leurs cotisations.

Ca c'est la solution durable, dans l'immédiat il faut absolument faire face.

2. Montreuil n'est pas le fait d'une erreur de gestion. Au contraire avec Montreuil une bonne part de l'activité coûte moins chère et se trouve rationalisée du fait du regroupement de toutes les composantes du mouvement.

Ce qui coûte horriblement cher, ce sont les taux usuriers pratiqués pour le remboursement des prêts et qui ne sont guère réajustés alors que l'inflation est ralentie.

Puisqu'il s'agit de la caisse des dépôts on peut dire que l'Etat bénéficie de millions de francs de ressources supplémentaires prélevées sur les cotisations des adhérents de la C.G.T.

## ● VITE ARGUMENTER SUR NOS RAISONS !

Il faut répondre, bien sûr, mais il ne faut pas perdre de vue le vrai débat : *Pourquoi la C.G.T. organise-t-elle cette campagne ? Pourquoi cette envergure ? Pourquoi cette urgence ?*

Chaque syndicat, chaque section syndicale a reçu du matériel pour mener sa campagne.

- un dossier argumentaire,
- une feuille de souscription,
- deux affichettes pour les panneaux syndicaux.

Il s'agit bien de mener sa campagne à partir des données spécifiques, de l'entreprise, de la branche etc ... Ces matériels ne sont que des aides pour argumenter sur le fond afin que le résultat soit au niveau voulu. C'est un gros effort qui est demandé, il faut convaincre chacun qu'il s'agit d'un investissement

nécessaire. Nous n'y arriverons que si nous sommes précis et concrets.

## ● CONCEVOIR UN PLAN DE CAMPAGNE !

A objectif exceptionnel, dispositions exceptionnelles. Cela ne supporte pas l'à peu près. Nous préconisons que partout on établisse un plan de campagne. *Quels objectifs, quels moyens, quelles mesures, avec qui, que va-t-on dire et comment ? La durée, les initiatives particulières, les points réguliers,* tout doit être prévu de façon à bien coordonner les efforts pour une efficacité maximum.

C'est nécessaire pour bien utiliser les deux mois qui nous restent. C'est assez, mais ce n'est pas trop ! Ensuite, nous ferons les comptes.

Nous aurons réussi ou nous aurons échoué.  
Si nous réussissons, alors tout sera permis.

§§§  
§§§     §§§  
§§§

## ● STAGE COMMUNICATION

DATE -----> 19 au 25 Mai 1985.

LIEU -----> STRASBOURG

Il reste encore des places. Il est urgent de s'inscrire.

Ce stage est réalisé par l'Institut du Travail et le Secteur Propagande C.G.T.

PROGRAMME :

Les principes de la communication  
La communication écrite, la presse  
La communication par l'image, la publicité, la communication audiovisuelle, la télévision, la communication à l'entreprise, notre communication.

● STAGE SUPERIEUR PROPAGANDE

DATE -----> 15 AU 28 SEPTEMBRE 1985

LIEU -----> COURCELLE

Il est conseillé de s'inscrire dès maintenant. Réserve en principe aux militants ayant suivi un stage de formation générale de niveau supérieur ou à défaut un stage propa de niveau moyen. Fédérations, Régions, Unions Départementales, grandes entreprises.

● A VENDRE

PHOTOCOPIEUR - MARQUE "*Planet super 3*".

PRIX -----> 10 000 FRF (1982) Très bon état.

TELEPHONE -----> 16.01 260 33 00 POSTES 3741  
2363

    \$\$\$  
\$\$\$        \$\$\$  
    \$\$\$