

QUELLE PROPA POUR L'HEURE ?

Au dernier Comité confédéral de la C.G.T., Henri KRASUCKI a rappelé que nous n'en sommes qu'aux débuts de la contre-offensive et qu'il nous faut donc être, plus et mieux que par le passé offensifs et dynamiques.

Partant de cette réflexion et convaincus de cette nécessité, nous voulons dans cette Lettre de Propa, envisager de ce point de vue nos responsabilités de propagandistes dans la période ainsi définie. C'est pourquoi nous aborderons, très rapidement, quatre points :

- les luttes ;
- la bataille des idées ;
- le renforcement ;
- les grandes questions en débat.

LE RENFORCEMENT

Rappelons nous là encore le C.C.N., le renforcement de la C.G.T. et de ses forces organisées est la grande affaire de cette année 88 qui doit constituer un tournant. Cela nous donne de grandes responsabilités dans le travail collectif qui va être mis en oeuvre :

1. La responsabilité de cerner mieux ce qui peut décider les salariés à adhérer.

Bien sûr, cela commence par savoir estimer au plus près ce qui les empêche de faire ce pas. Mais il n'est pas pour autant souhaitable de passer tout notre temps de propagande à le leur expliquer. Premièrement, parce qu'ils le savent, même s'ils ne le formulent pas explicitement. Deuxièmement, parce que commencer par là et s'y attarder de trop, serait donner à notre démarche un caractère défensif.

A notre sens, notre vrai travail consiste à faire émerger les quelques raisons que peut avoir un salarié d'aller au delà de la lutte avec la C.G.T. ou du vote pour la C.G.T.

- La volonté de marquer plus de points qu'il ne l'a fait jusqu'alors, de contrer tous ceux qui sont responsables de la situation qu'il vit ... C'est à dire la conviction que pour continuer à construire un rapport de forces favorable à ses revendications, il lui faut passer à un stade supplémentaire d'organisation et d'implication personnelle.

./.

- La volonté de maîtriser totalement ses décisions, de compter, de ne pas être une force d'appoint en cas de coup dur, de nécessité, mais de jouer vraiment un rôle dans la réflexion, la décision.
- La volonté d'exister vraiment, de dépasser la fonction productive dans laquelle on veut l'enfermer et les mouvements de révolte dont il se contentait jusqu'alors pour être une personne. Pas un individu livré à lui-même, mais une personne tenant toute sa place dans le travail, dans la société et dans le syndicat. Et cette dimension là suppose le collectif, qui ne prendra pas le pas sur les personnes mais les validera toutes, les dimensionnera toutes par la participation, l'échange, la responsabilité.

2. La responsabilité de présenter mieux le syndicalisme qui est le nôtre

- sachant conjuguer comme éléments de la lutte : le refus, la résistance, la capacité de propositions ;
- réellement indépendant, parlant vrai, en conscience du rôle qui est le sien ;
- définissant les issues économiques, sociales et démocratiques qu'il estime nécessaires ;
- sachant faire sans mièvrerie et sachant dire sans équivoque.

De cette présentation vient la perception de ce qui fait notre différence. Nous ne sommes pas un syndicat qui se puisse comparer. Ni au CNPF qui au delà de l'expression organisée du patronat français représente surtout le "parti" des patrons. Ni aux autres organisations syndicales de salariés, qu'elles soient de collaboration de classe ou réformiste. Le désengagement constaté des salariés ne tient pas aux mêmes causes et ne les entraîne pas aux mêmes conclusions. Pour en prendre deux ou trois exemples récents :

- La C.G.C., via Marchelli, se préoccupe peu de faire la clarté sur le rôle du syndicat, mais ne se soucie que de montrer qu'il n'est pas encore financé par l'Etat. Et d'appeler à la cotisation syndicale obligatoire, prélevée à la source et versée à une caisse nationale de péréquation (Encadrement Magazine, février 88).

On ne saurait mieux dire que l'adhérent importe peu : seul, son argent intéresse.

- La C.F.D.T., via Jean-Paul Jacquier, propose d'abandonner "une vision militante de l'adhésion" et de "faire des salariés les associés du syndicat". Au nom du refus de l'embrigadement, il souhaite institutionnaliser la distance existant entre syndicat et salariés, manifestant ainsi la conviction profonde de la C.F.D.T. : on peut être un syndicat sans - ou avec très peu - d'adhérents. (cadres CFDT, n° 229.330 Décembre 87 janvier 88).

LES LUTTES

- La bataille pour les libertés se déploie et dans les jours prochains, des matériels à reprendre (type cahier des libertés) aideront à son extension. Elle est l'occasion de voir et de faire voir comment on vit au travail en 88 ; que ce sont les catégories qu'on veut écarter du boulot (femmes, immigrés, malades, handicapés) qui subissent les pressions les plus lourdes ; ce que pèsent sur les conditions de travail de tous le chantage à l'emploi, aux gens qui attendent à la porte.

Dans les parrainages qui continuent, la dimension de la bataille pour les libertés a toute sa place. Il revient aux responsables propagande d'y veiller et de faire intégrer dans les cahiers de revendications toutes les dénonciations nécessaires et tous les éléments qu'on souhaite aborder avec l'employeur, une fois crée le rapport de forces nécessaire.

- Les salaires et qualifications sont au centre des préoccupations et des débats actuels. Continuer dans cette voie mais en veillant à la façon de mener les choses. Notre revendication du SMIC à 6 000 Frs n'est pas seulement une prise en compte du besoin. En rester là serait donner de nos luttes l'image d'une défense dos au mur. Ce qu'implique le SMIC à 6 000 Frs, c'est une autre politique avec des créations d'emplois, avec la relance de l'industrie et la reconquête du marché intérieur. Ainsi présentées, les choses paraîtront plus crédibles aux salariés qui, reconnaissons-le, admettent avoir besoin de 2 000 Frs de plus tout de suite mais se demandent, dans le même mouvement dans quelle mesure ce besoin peut être satisfait.

Notre démarche revendicative doit apparaître cohérente et de nature à lutter contre la crise, contre la cohérence de la stratégie du capital.

- Le droit au travail des femmes continue d'être attaqué de toutes parts et les programmes électoraux n'y manquent pas. La proposition de la droite (Chirac) de rémunérer au SMIC les mères de 3 enfants participe de ce phénomène. Il est permis de s'interroger sur la cible visée par une telle formulation, quand on sait que les mères de 3 enfants sont, dans une large mesure, soit déjà exclues du travail soit dans des catégories socio-professionnelles bien précises.

L'action engagée par les salariées du Printemps contre l'ouverture des magasins jusqu'à 19 heures est révélatrice de leur volonté de préserver à la fois leur droit fondamental à une activité professionnelle réelle et leur condition de femme.

Décourager les femmes, les conduire à renoncer d'elles-mêmes aux droits qu'elles ont conquis de haute lutte, c'est l'objectif ; comme pour les jeunes auxquels on enjoint de se soumettre aux TUC ou de se voir purement et simplement radiés des A.N.P.E.

SMIC, libertés, droit à l'emploi vrai sont bien les mêmes aspects d'une même bataille qu'il nous faut mener comme telle, en étant dans la réalité des choses, présents sur tous, même si les circonstances et situations font que tantôt l'accent est mis plus fortement là ou ici. Là aussi, cohérence du tout, sans découpage ni oubli arbitraire.

LA BATAILLE DES IDEES ET LA PROPA

Le C.C.N. a souligné la nécessité de notre présence sur tous les fronts idéologiques, alors que se martèlent tant d'idées visant à nous combattre et à pousser les salariés à la résignation.

Notre bataille d'idées, dans ce contexte, aura pour but de faire mesurer, et à chaque étape l'état des choses.

".. il nous faut gagner en conscience sur le chemin parcouru, sur les enjeux, sur les exigences pour nous-mêmes et gagner en confiance sur l'efficacité de notre action, sur les potentialités et résultats de la lutte". (Gérard Alezard. C.C.N. 29.1.88).

Pour ce faire, il importe que la réflexion sur les moyens à mettre en oeuvre, les thèmes à développer, les supports à utiliser soit une attitude permanente, systématique, organisée.

Si la bataille idéologique est l'affaire de toute la direction syndicale, son organisation doit relever d'une activité de propagande construite et donc dirigée, au sein de la direction, par le responsable propagande. Voir que dans la période, beaucoup de nos organisations n'ont pas de responsable propa, pire ne cherchent pas à en avoir un, est de nature à inquiéter. Peut-on actuellement se contenter de l'à-peu-près, se satisfaire du manque de moyens de propagande dans beaucoup d'entreprises ? Croit-on que dans ces conditions, on élèvera le niveau de conscience, alors qu'on ne se donne ni les moyens d'une propagande adaptée, bien ciblée ni ceux d'une diffusion efficace et complémentaire de la presse confédérale.

Comme le déclarait Louis Viannet le 11.12.87 au Conseil National de la V.O. : **".. on ne peut imaginer de progrès durable de la diffusion de la V.O. sans progrès parallèle de toute notre bataille pour structurer nos sections syndicales, pour renforcer la C.G.T., pour impulser un style de vie démocratique dans les entreprises, mais, réciproquement, il n'y aura pas non plus de renforcement solide de l'activité et de la vie syndicales sans un progrès et un engagement plus élevés dans la bataille de la diffusion de la V.O. et la bataille de la diffusion de tous les moyens d'expression de la C.G.T."**

La tâche des responsables propagande au sein de nos directions est bien celle de structurer et impulser cette activité de bataille idéologique multidimensionnelle : dans l'élaboration et le suivi des plans de travail, dans l'aide aux syndicats d'entreprise pour construire leur propre bataille idéologique, dans la mise en place et le contenu d'une formation spécifique.

Construire l'outil syndical correspondant au besoin, c'est veiller à donner à l'activité de propagande toute sa place dans les directions à tous les niveaux. Tout montre que les choses ne s'ordonnent pas d'elles-mêmes : ainsi dans les collectifs électoraux prud'hommes : l'absence d'un responsable propagande s'est faite durement sentir souvent et a entraîné une activité moins efficace, disons-le. Avec aussi un renforcement inexistant de notre appareil, malgré le vivier de forces qu'étaient ces collectifs : l'absence de responsable propa entraînant celle de commissions propa et ne permettant donc pas de s'adjoindre de nouveaux concours, pourtant bien nécessaires, pour la bataille des idées.

LA PROPAGANDE ET LES ELECTIONS PRESIDENTIELLES

Beaucoup de choses se disent, et c'est normal, sur cette question.

Un fil conducteur : le C.C.N. et sa position sans ambiguïté et qui ne supporte pas plusieurs lectures.

Il nous revient dans la période de nous exprimer, à partir de notre nature d'organisation de classe, de nos positions de congrès et de notre action collective tout en respectant la liberté d'opinion et la sensibilité de chacun de nos adhérents.

Cela suppose lucidité, finesse et rigueur. Cela implique de se garder de deux attitudes :

- celle de ceux qui voient le terrain syndical comme un lieu d'enfermement qui nous écarterait de notre rôle dans les grandes questions en débat. Rappeler les revendications majeures du monde du travail suppose de s'exprimer clairement sur les orientations générales de la vie du pays.
- celle de ceux qui craignent de voir les salariés "se tromper" malgré nos explications et ne pas savoir discerner clairement les convergences et les divergences. Et d'en conclure qu'il faut donc ne pas s'en tenir à leur donner tous les éléments de réflexion leur permettant de se prononcer en toute connaissance de cause, mais aller jusqu'à un appel au vote clair pour un candidat.

Ces deux positions témoignent d'une même difficulté à aller au débat avec les salariés et à les rendre acteurs réels.

Cesser de donner notre avis, de nous exprimer sur l'expérience antérieure, sur le présent et l'avenir, ce n'est pas la bonne façon de responsabiliser dans l'immédiat et à long terme les salariés, les syndiqués.

./.

Ne pas faire confiance et à notre capacité d'intervention, d'argumentation et à la compréhension de nos interlocuteurs, c'est douter des salariés et des syndiqués et ça éclaire négativement ce que nous disons par ailleurs sur la place qu'ils doivent tenir dans la C.G.T.

Là aussi, notre façon de faire, de nous comporter peut constituer une salutaire leçon de choses par rapport à ce que font les autres organisations syndicales.

F.O. par exemple dans ses publications nationales, par la voix de plusieurs secrétaires confédéraux, pratique l'amalgame : **"nous avons observé, en tous cas jusqu'ici, le caractère très général des thèmes de campagne et la prudente réserve des uns et des autres dans le domaine économique et social. On dirait que par un espèce d'accord tacite, personne n'est pressé de parler du chômage, de la sécurité sociale, etc..."** Sic !

La C.F.D.T. s'appuie sur son expérience passée pour conclure **"un choix automatique en faveur de la gauche politique nous affaiblit dans le rapport de forces avec le gouvernement issu de cette gauche"**. (Edmond Maire).

Ne comptons pas sur eux pour participer à la prise de conscience. Ils ne seront présents ni sur le terrain des luttes ni sur celui de la scène sociale ; ils ne contribueront pas comme nous à expliquer ce qu'est **"une politique nocive aux travailleurs, quels que soient la période politique, les hommes qui gouvernent ou ceux qui briguent les suffrages"**.

Trouvons y des raisons supplémentaires de bien mettre en oeuvre notre campagne C.G.T. telle que nous l'avons définie au C.C.N. Expliquons-nous sur les contenus, ne soyons surtout pas muets sur l'expérience de l'échec vécue depuis 1981. Pour résumer, ne nous contentons pas de répéter convergences, divergences mais éclairons les unes et les autres, apportons nos éléments syndicaux au débat comme nous le faisons déjà.

Ainsi les salariés verront qu'une issue existe au déclin actuel.

BILAN DE CARRIERE : qu'est ce que c'est ?

Un outil de gestion au service des entreprises performantes pour concilier les aspirations des hommes et les objectifs des entreprises.

Le C.N.P.F. déclare :

"L'atout majeur des entreprises ce sont les hommes".

Pour valoriser ce potentiel, différents outils sont apparus : cercles de qualité, projet d'entreprise et, parmi eux, voici maintenant le bilan de carrière, qui connaît un succès croissant.

Dans l'entreprise, on **"achète"** des compétences sans état d'âme !

Comment s'assurer que le nouvel élu (embauché ou nommé) intégrera les valeurs de l'entreprise et tirera la charrue dans le même sens ? D'autant que l'être humain évolue ...

Tout collaborateur doit être appréhendé dans son intégralité. On ne saurait isoler l'homme au travail de l'homme avec ses aspirations, ses goûts, les contraintes de son environnement familial, social et culturel.

Comment aller au bout de la logique :

- Quel est le projet personnel des collaborateurs (*) ?
- Ce projet répond-il au projet, exprimé ou non, par l'entreprise ?

De plus en plus une carrière se joue lors d'un entretien.

A la carrière subie doit se substituer la carrière voulue.

- * La recherche de l'excellence doit être partagée et reposer nécessairement sur un consensus autour de valeurs communes (surtout si l'entreprise a élaboré un projet d'entreprise).
- * S'assurer que les projets personnels sont en symbiose avec les valeurs fondamentales et le projet d'entreprise.
- * Le bilan doit s'ériger en formation à part entière.

Susciter l'émergence de comportements, d'initiatives et d'innovation.

- * L'entreprise dispose en son sein de talents ignorés. Il est regrettable qu'un collaborateur développe son propre projet personnel, sans que celui-ci soit au moins connu de l'entreprise.

(*) Ceux que le CNPF appelle des collaborateurs sont tout simplement des salariés de tous niveaux.

- * En ce qui concerne les collaborateurs, on parle de plus en plus d'entrepreneurs.
 - Est-on sûr de les avoir bien identifiés ?
 - Leur projet est-il en harmonie avec les objectifs de l'entreprise ?

Renforcer la mobilité interne dans l'entreprise.

- * La mobilité est une ardente obligation de l'entreprise. C'est une composante fondamentale de toute gestion prévisionnelle du personnel.
- * Le bilan de carrière est un outil majeur d'identification des compétences et aspirations réelles.

Mettre en place une véritable assistance à la reconversion.

- * Restructurations, recentrages, etc...
Le bilan de carrière est un moyen d'assurer dans les meilleures conditions les reconversions nécessaires.
- * Comment envisager des reconversions durables si, dès le départ, les collaborateurs concernés n'ont pas élaboré leur propre projet personnel ? La formation de reconversion n'est qu'un moyen qui doit servir une stratégie individuelle réaliste.

Comment instaurer le bilan de carrière individuel dans l'entreprise ?

- * Cette décision implique de constituer une ou plusieurs cellules d'orientation/conseil au sein de l'entreprise. Les collaborateurs chargés d'animer ces cellules doivent être particulièrement motivés par cette mission et être bien au fait de la culture de l'entreprise, de son projet, de la gestion prévisionnelle de son personnel et des opportunités d'emploi interne.

L'instauration implique une démarche rigoureuse :

- * Diagnostic préalable.
 - Y-a-t'il un Projet d'Entreprise ?
 - Dispose-t-on d'une gestion prévisionnelle du personnel ?
 - Quelle est la ou les cultures dominantes ?
 - Quel est le système d'appréciation en vigueur ?
 - Quel est le contenu du plan de formation ?
 - Quelle est la population de l'entreprise ?

- Comment fonctionne la mobilité interne (quantitativement et qualitativement) ?
- Quelle est la (ou les) population(s) visée(s) ?

* Constitution d'une cellule orientation/conseil.

* Mise en place d'outils/procédures de bilan.

Le questionnaire devra bien appréhender la totalité de l'homme perçue dans sa globalité :

- Test de personnalité, étude de comportement, gestuelle ... ;
- Analyse graphologique ;
- Conduite d'entretien (par qui ? où ?) ;
- Elaboration du projet personnel et degré d'adéquation avec les objectifs de l'entreprise ;
- Contrôle.

En tout état de cause, l'instauration d'une politique de bilan de carrière individuel implique :

Une cohérence avec la culture et les objectifs propres de l'entreprise et la définition préalable par la Direction de l'entreprise des résultats attendus.

De plus en plus fréquemment, les entreprises font appel à des sociétés de conseil en ressources humaines qui se transforment maintenant en véritables "CHASSEURS DE TETES".

P.S. : Dans une prochaine "Lettre de Propa", nous décortiquerons le contenu du "projet d'entreprise" vu par le C.N.P.F. ...(synthèse).

|*****|

Fahrenheit 451 ... A cette température, le papier s'enflamme spontanément. Sous ce titre, Ray Bradbury a évoqué un avenir où les livres dangereux seraient brûlés. De son roman naquit un film que vous avez peut-être vu.

A notre sens, les autodafés de l'avenir pourront se dérouler avec plus de discrétion et tout autant d'efficacité. A preuve : la création du groupe de la cité. Un géant, né de la générale occidentale et de CEP Communication, et destiné à devenir l'un des dix premiers éditeurs mondiaux. Chaque année, 2 500 nouveaux titres seront imprimés et 10 000 auteurs se trouveront sous contrat. Comme le souligne Claude Compeyron (Ed. Messidor), on croit lire Larousse, Nathan, Bordas, Plon, Julliard, Olivier Orban ... et on se retrouve chez Hachette ou Havas ! Des banques, des compagnies d'assurance, des industriels viennent, horizon 1992 oblige ("notre marché, c'est tout simplement le globe") de se doter "d'une machine de guerre pourvue de belles potentialités" reconnaît cyniquement le Quotidien de Paris du 16.02.88

Qu'ils fourbissent leurs armes n'est pas pour nous étonner. Que le pluralisme d'opinions y gagne, nous surprendrait beaucoup et nous pouvons nous préparer, de notre côté, à mener les combats nécessaires pour la lecture.

Mais la création elle-même ? La littérature enfantine offre déjà un sinistre tableau de la mondialisation vue par le capital : à l'heure actuelle, les petits français lisent cinq livres étrangers traduits sur sept ouvrages. Ces traductions (suédois, brésilien, allemand, américain, etc...) prouvent la véritable standardisation de cette littérature enfantine, expurgée de toute référence nationale pouvant gêner sa diffusion dans les différents pays. Et quand il s'agit d'adaptations, la tendance se fait plus nette, avec une qualité culturelle et littéraire moindre, et il ne reste bien souvent de l'oeuvre originelle qu'un squelette passe-partout.

Les dangers sont donc réels et notre vigilance doit s'exercer. Pour la création, pour la liberté d'expression. En 1733, soulignant que les pensées des hommes sont devenues un objet important de commerce (déjà!) Voltaire apostrophait l'Etat :

"Puisque vous êtes à portée de rendre service aux belles lettres, ne rognez pas de si près les ailes à nos écrivains et ne faites pas des volailles de basse-cour de ceux qui, en prenant l'essor, pourraient devenir des aigles ; une liberté honnête élève l'esprit et l'esclavage le fait ramper".