

Dossier suivi par : Ghislain GUALA  
Ligne directe : 01 73 30 49 09  
Mail : [tpe2020@cftc.fr](mailto:tpe2020@cftc.fr)

**Compte-rendu de la 4e réunion du comité de pilotage pour les élections TPE 2020**  
**Réunion organisée par système vidéo en cette période de confinement**  
**(en complément des documents projetés et annexés au CR)**

**PRÉSENTS :**

*En qualité de représentants des structures :*

- Alain MELCUS, UR Hauts-de-France
- Onno YPMA, UR Hauts-de-France
- Jean-Baptiste PANDZOU, CSFV
- Charlotte PETIT, FD Enseignement & Formation / Région Pays-de-La Loire
- Nouredine BENYAMINA, FD Bâti-Mat TP / Région AURA
- Christophe FAUSSER, UR Grand-Est / UD du Haut-Rhin
- Alain LABOUREL, UR Grand-Est / UD des Vosges / FD Bâti-Mat TP
- Philippe GONCALVES, FD Transports / UR Grand-Est
- Jean-Marc CICUTO, URIF
- Rodolphe BAELE, Syndicat SICSTI / FD Média +
- Albert FIYOH NGNATO, FD Métallurgie

*Pour la Confédération :*

- Jean-Michel TESSIER, Secrétaire général adjoint, pilote politique de cette campagne
- Ghislain GUALA, Directeur du pôle Développement, pilote opérationnel de cette campagne
- Paul-Alexandre LUCAS, Responsable du service Organisation
- Gilles BINDI, Service Communication
- Grégory MARIE, Service Organisation
- Alexandra CHIARETTO, Service Organisation
- Sandy DURAND, Service Communication
- Julie FORISSIER, Service Organisation

**EXCUSÉS :**

- Éric HEITZ, Secrétaire général
- Isabelle THERAIN, Trésorière
- Imane HARRAOUI, Membre du Bureau confédéral, en charge de la Communication externe (+ FD Media+)
- David ALLET, FD Santé Sociaux / Région Pays-de-La Loire
- Frédéric FITZBACH, FD Santé Sociaux
- Laure LESCAR, Responsable du service Communication

## 1. PROFESSIONS DE FOI

Jean-Michel rappelle le **calendrier modifié** du fait de la crise sanitaire.

- les élections TPE se tiendront du 25 janvier au 5 février 2021
- Mise à disposition des fichiers des électeurs et des entreprises en novembre 2020
- Dépôt des professions de foi depuis lundi dernier (25 mai) et jusqu'au 31 juillet dernier délai.

Il était demandé aux structures (8 FD concernées et toutes les UR) de nous envoyer leur contribution avant le 31 mai ; nous avons en effet besoin de temps pour retravailler les contributions et ne pouvons attendre le dernier moment. 3 jours avant la date-limite, de nombreux éléments sont encore manquants !

Jean-Michel et Sandy ont suivi deux formations de la DGT pour préparer la mise en ligne des professions de foi CFTC.

Sandy présente une nouvelle version du **modèle de profession de foi** qui tient compte des remarques du dernier COPIL. Les contributions demandées aux FD (sur les 16 secteurs) et aux UR seront retravaillées par les services confédéraux pour s'adapter à ce modèle qui vise à présenter des contenus plus courts et plus percutants. Un effort est fait pour favoriser les liens vers les sites des syndicats, fédérations et structures géographiques afin que les électeurs qui les liront puissent en savoir plus sur la CFTC.

Echange du COPIL :

- Le modèle présenté est aéré, agréable à consulter ; c'est un très bon travail
- Améliorer encore la visibilité des liens proposés
- les QR code sont possibles, mais moins adaptés sur un support numérique d'autant plus qu'une profession de foi consultée directement via un téléphone mobile ne permettrait pas de scanner le QR code.
- les textes finalisés seront validés par les structures (UR et FD) pour BAT

### **Retour des FD sur les 16 secteurs :**

Sandy explique que les fédérations suivantes nous ont envoyé les éléments demandés (qui nécessitent encore une mise en forme)

- CSFV : OK pour 5 secteurs
- Santé-Sociaux : OK pour 4 secteurs
- Media Plus : OK pour 1 secteur
- Bati-Mat-TP : OK pour 1 secteur
- Enseignement & Formation : OK pour 1 secteur
- FGT : OK pour 1 secteur

Pour le lot 14, qui concerne les FD Communication et Media Plus, les contacts sont en cours avec Media Plus.

En attente des éléments pour les 2 secteurs couverts par la FD Métallurgie (Services à l'automobile et Métallurgie).

Echange du COPIL :

- la Métallurgie va envoyer les éléments dans la semaine ; à défaut d'éléments formalisés, il importe de fournir au-moins le nom et les coordonnées d'un responsable du secteur qui pourra répondre aux questions
- la FGT va compléter sa contribution en développant ses revendications.

## Retour des UR

Alexandra fait le point sur les retours des Unions régionales :

- o Concernant les professions de foi régionales : nous n'avons reçu que les projets des UR IDF, Hauts-de-France, Grand Est et PACA.
- o Concernant les candidatures, les UR doivent trouver un homme et une femme, et pour chacun d'eux, fournir bulletin de salaire, pièce d'identité, cession de droit image, formulaire d'inscription, ainsi que des photos et une interview (cf. le tuto diffusé précédemment)
  - Les dossiers des candidats sont complets pour : URIF, Hauts-de-France, Réunion, PACA, Occitanie. Remontée partielle pour le Grand Est, AURA, Normandie, Guyane, Bourgogne-Franche-Comté. Encore rien ne nous est parvenu pour Bretagne, Centre, Pays-de-la-Loire, Guadeloupe, Martinique, Corse.
  - Pour les photos des candidats et pour les interviews, la situation est également très variable, entre des UR qui ont fourni les pièces demandées, d'autres qui l'ont fait pour un seul candidat, d'autres qui ont fourni des photos de mauvaise qualité, d'autres qui n'ont rien fourni.

Jean-Michel s'étonne : l'échéance est fixée au 31 mai, et nous constatons qu'il manque encore bien des éléments, ce qui empêche de finaliser puis déposer la grande majorité des professions de foi. En 2016, les UR ont trouvé 10 candidats, et en 2020, nombreuses sont celles qui peinent à en trouver 2.

Echange du COPIL :

- Divers participants précisent les dernières avancées dans leur région (Pays-de-la-Loire, Grand Est...).
- certaines UR ont rassemblé des pièces mais n'ont pas encore envoyé leurs dossiers (Bretagne...)
- importance de bénéficier de photos de qualité (faites par un photographe professionnel), pour faire voter pour nos candidats mais également pour pouvoir utiliser ces photos dans d'autres supports de campagne
- utilité de privilégier les candidatures de « vrais » salariés de TPE, qui pourront témoigner de leur vie professionnelle, plutôt que de salariés des structures CFTC (cf. les deux hommes proposés par l'Ile-de-France).

## 2. OUTILS DE CAMPAGNE

- **Goodies** (cf. document en PJ)

Gilles rappelle le choix d'utiliser un seul fournisseur, favorisant une production française (ou européenne). Suite au dernier COPIL, les propositions ont été retravaillées, en lien avec Imane ; les propositions présentées aujourd'hui ont réduit le logo CFTC (ce qui réduit l'aspect publicitaire de l'objet et renforce le

volet qualitatif, et donc sa propension à être effectivement utilisé durablement. Les propositions mettent l'accent sur un aspect plus drôle.

Concernant la procédure de commande, après finalisation du « catalogue » des goodies, il est diffusé dans le Mouvement. Les structures ont 3 semaines pour passer leurs commandes et payer un acompte. La commande centralisée est passée, et la livraison se fait ensuite directement dans les structures.

Si les quantités commandées sont insuffisantes, un produit peut être abandonné ; a contrario, une quantité beaucoup plus importante que prévu peut faire baisser les coûts.

Présentation des 9 goodies : crayon de papier, stabilo, jeton de caddy, post it, couverts en bambou, bonbons bio, tract avec graines de basilic, mug, cabas, avec propositions de marquage pour les 2 derniers.

Echange du COPIL :

Les membres du COPIL apprécient les produits proposés et la qualité du travail réalisé.

Ils sont particulièrement sensibles au résultat obtenu pour le cabas et pour le tract qualitatif (avec graines).

Les goodies les moins chers sont à privilégier car ils permettent une distribution conséquente.

Autres réactions :

- privilégier les accroches en français pour toucher un maximum de salariés
- essayer les goodies (goûter les bonbons) pour éviter toute déconvenue
- rappel : les goodies sont destinés aux électeurs, les adhérents ne sont pas la cible première !

- **Fiche-argumentaire** (cf. document en PJ)

Sandy rappelle la finalité de cet outil : il s'adresse à tous nos adhérents (pas de distribution à tous les salariés !) ; il comprend les infos pratique pour tous, militants expérimentés ou non ; pour comprendre ces élections, et ses enjeux. Une distribution intense est visée. Sur la forme, il s'agit d'un A4, donc facile à photocopier, même en noir et blanc. Sur le fond, cette fiche précise qui vote, quels métiers, comment on vote, à quoi ça sert de voter, puis quelle importance pour la CFTC ; tout ceci en 2 minutes. Au verso, quelques arguments pour faire voter CFTC.

De ce verso, nous tirerons un tract confédéral (format A5) appelant à voter CFTC.

Echange du COPIL :

- prévoir un lien vers « si tu veux plus d'informations » ou « si tu veux t'engager dans la campagne »
- diffusion rapide, et libre (avant l'été)
- utilité de reprendre cette fiche pour l'insérer dans les publications confédérales et dans l'espace Adhérents
- pour le tract général, il serait utile de laisser un espace pour personnaliser le message (format word remplissable)
- le slogan, la signature à rappeler : CFTC : LE syndicat constructif !
- les notions de bien commun et de subsidiarité peuvent être ajoutées
- proposition de revendication : la mutualisation des ASC.

Ghislain précise qu'en ce qui concerne le tract confédéral (et comme pour tout outil conçu à la Confédération), dans un souci de mutualisation, un tirage global sera prévu, mais la Confédération n'envoie plus systématiquement des outils en nombre dans toutes les structures sans qu'elles en aient fait la demande (système de pré-commande) ; en effet, certaines privilégient des outils personnalisés, et d'autres (pour de multiples raisons) n'utilisent pas les outils mis à leur disposition. Les quantités tirées de fiches-argumentaires comme de tracts seront donc précisées ultérieurement, en fonction du budget disponible, des stratégies de campagnes privilégiées par les structures...

- **Pub « Ben si ! »**

Gilles présente le projet d'un 1<sup>er</sup> film à destination du grand public (salariés TPE et autres) : nous partons d'un manque de culture syndicale et prouvons l'efficacité du syndicalisme, qui agit concrètement sur la vie des travailleurs. Ce film de 2 minutes a vocation à être diffusé via les réseaux sociaux, et en particulier Facebook (partage spontané + promotion payante). Le synopsis est le suivant :

- Microtrottoir : 5 personnes qui répondent : « non, les syndicats ne servent à rien »
- En réponse : 8 personnes issues de 8 secteurs professionnels TPE, dans 8 régions différentes, montrent en quoi les syndicats les ont aidées concrètement
- Puis retour aux 5 personnages du début qui ont changé d'avis : les syndicats sont efficaces !
- Conclusion : la CFTC = le syndicat constructif, votez CFTC aux TPE

Le film doit être finalisé pour le 15 octobre, avant le lancement de la campagne grand public.

Il devrait être suivi d'autres vidéos de plus en plus fines, et appelant au vote CFTC.

Echange du COPIL :

- On accroche, très bon scénario
- certaines structures s'orientent vers d'autres supports (affiches 4X3, campagne radio...) ; est-il possible de mettre à leur disposition un jingle pour la radio ?

Ghislain répond que la Confédération ne peut fournir ou financer des outils pour tout type de campagne à la fois, d'autant plus qu'elle ne dispose plus des ressources qu'elle avait il y a 4 ans et qui avaient permis la campagne audiovisuelle (TV, radio + journaux) sur le syndicalisme constructif. C'est pourquoi nous travaillons sur une stratégie de campagne avec des cibles prioritaires, des moyens privilégiés de les atteindre (cf. point 6 de l'ordre du jour)

Gilles précise qu'avec la réalisation de ce film, il sera possible de mettre une signature sonore à disposition du Mouvement.

### 3. OUTIL DE MOBILISATION DU MOUVEMENT (PROPOSITION PREVIOO)

Paul-Alexandre explique que Previoo nous a fait un devis pour une année de mise à disposition de leur outil de mobilisation du Mouvement, ceci sur l'ensemble de l'électorat (4,5 millions) ; le montant total est de 25 000€, montant raisonnable si l'outil s'avère conforme à l'attendu.

Un abonnement-test est envisagé sur la période estivale, avec élaboration d'une grille de test qui permettra de vérifier que cet outil est adapté à cette campagne et que nos structures voudront l'utiliser. Si

le test est positif, nous déploierons cet outil à l'automne avant la campagne. N.B. : cet outil sera alimenté par les bases de données que la DGT nous fournira en novembre (fichier des entreprises et fichier des salariés).

En attendant, les services vérifient les conditions d'utilisation et la conformité au RGPD, qui semble OK, cette entreprise ayant déjà été contrôlée par la CNIL.

Le COPIL confirme le principe d'une utilisation-test (2 mois ?) avec quelques structures volontaires (UR Grand Est, Hauts-de-France et Ile-de-France, SICSTI, Enseignement et Formation...)

#### **4. TOURNEE 2020 DES VILLAGES CFTC**

Sandy rappelle que depuis 2016 (dernière campagne TPE), la Confédération organise une tournée annuelle de « villages CFTC » pour aller à la rencontre de tous les salariés, et, entre autres, de ceux des TPE, dans une stratégie de visibilité, de développement de la notoriété de la CFTC, de promotion de notre syndicalisme de service.

Au regard de la crise sanitaire, contact a été pris avec les 10 structures géographiques qui avaient déposé une demande de village et qui avaient été pré-retenues. Pour l'essentiel, elles maintiennent leur candidature et sont encore plus déterminées. La campagne 2020 des villages sera donc maintenue, mais décalée de quelques mois (elle aura lieu de septembre et jusqu'à la fin de l'année), pour tenir compte du report des élections TPE aussi bien qu'en raison de la crise sanitaire qui a bloqué une partie de notre action.

Avec la société Bros (notre partenaire sur ces villages), nous travaillons à mettre ces événements en conformité avec la situation sanitaire ; les villages 2020 devraient donc être caractérisés par :

- Un responsable sanitaire
- Un circuit et un sens de circulation,
- 3 formats de villages proposés, + 1 option « exposition urbaine » (avec un cahier des charges moins exigeant) pour les mairies frileuses ou les équipes CFTC ayant moins de bénévoles.
- Le respect des gestes sanitaires
- Le comptage des personnes

Un certain nombre de villes risquent toutefois de refuser ces villages ; pour l'instant, nous maintenons donc toutes les candidatures si les structures locales CFTC sont partantes.

Echange :

- Importance de mesurer l'efficacité de ces villages CFTC au regard des objectifs donnés ; les villages 2019 ont connu de belles réussites (Peugeot Poissy, Mulhouse, Airbus Toulouse...) ; la mobilisation des équipes et le choix du lieu y contribuent largement
- Importance de travailler tous ensemble, Confédération, FD et unions géographiques, comme cela est prévu dans la motion d'organisation et comme ces élections TPE en sont la parfaite occasion.

#### **5. UTILISATION D'INARIC POUR LA CAMPAGNE TPE**

Paul-Alexandre présente la fiche pratique « Identifier les adhérents TPE sur INARIC » (cf. document en PJ). Elle permet à chaque structure de repérer tous les adhérents de son ressort qui travaillent dans un établissement de moins de 11 salariés. Cela peut aider, par exemple, à trouver des candidats, à trouver des adhérents particulièrement concernés (et mobilisables) par ces élections... Mais évidemment, pour être exploitable, la donnée « taille de l'établissement » doit être renseignée sur Inaric, ce qui n'est fait que trop rarement : au niveau national interprofessionnel, seuls 300 noms apparaissent sur ce seul critère établissement de moins de 11 salariés !

La fiche est disponible sur INARIC, rubrique Manuels et Documents.

Echange du COPIL :

- Les syndicats et sections doivent remplir Inaric ; les membres du COPIL peuvent inciter les délégués de leur structure (la FD E&F va contacter toutes les sections de ses syndicats dans cet objectif)
- Comment identifier rapidement les effectifs d'une entreprise : sur des sites (societe.com), par le RCS...

## 6. PRIORITES STRATEGIQUES DES FD

Jean-Michel TESSIER rappelle que nous avons demandé aux FD de nous indiquer leurs priorités

- secteurs et branches prioritaires
- dispositif à favoriser pour atteindre ces salariés
- (éventuellement) régions prioritaires

A ce jour, si les FD nous ont indiqué des métiers prioritaires, très peu ont répondu sur les stratégies à adopter ; cela pose problème : nous avons besoin de l'expertise des FD pour organiser la mobilisation et la coopération des structures géographiques et professionnelles, pour préparer les outils nécessaires à la campagne, et pour utiliser pleinement un outil tel que Previoo.

Ghislain complète : puisque nos moyens humains, matériels et financiers sont limités, la CFTC ne peut faire campagne dans tous les secteurs d'activité sur tout le Territoire ; il nous faut utiliser nos moyens là où cela est le plus important pour nous. Nous avons identifié plusieurs dispositifs (ou moyens d'action) :

- Mobilisation du réseau : chaque adhérent invite ses proches à voter CFTC,
- Battre la campagne : aller à la rencontre des salariés des TPE,
- Créer l'événement pour toucher ces salariés,

ces dispositifs pouvant être déployés en physique et/ou en numérique (cf. la crise sanitaire).

Pour y voir plus clair dans le déploiement de la campagne interne puis grand public à partir de la rentrée, nous allons prendre contact avec les dirigeants des FD concernées pour échanger sur ce sujet. Après ces échanges, nous pourrions voir quels sont les moyens de mobilisation à privilégier et y affecter prioritairement nos ressources.

Echange du COPIL :

- Attention, sur le terrain, du temps est nécessaire (1-2 mois) pour mobiliser toutes les équipes militantes
- quand faut-il mener la campagne auprès du grand public ? Une campagne trop précoce risque d'avoir des effets limités au moment du vote ; dès septembre, il importe de mobiliser en interne, tous les adhérents

pour qu'ils aillent ensuite sensibiliser leur entourage ; prendre en compte également les fêtes de fin d'année.

- certaines fédérations précisent les régions ciblées : E&F ajoute les Hauts-de-France dans ses priorités ; celles de la Métallurgie sont l'Île-de-France, l'Aquitaine et Rhône-Alpes. La FGT se calera sur la FD Santé pour déterminer ses régions prioritaires dans l'approche des ambulanciers. Elle a également prévu de participer à des événements (cf. Le Mans Camions en septembre-octobre).

- ne pas oublier les contacts avec les organisations patronales qui pourront sensibiliser leurs adhérents pour faire voter CFTC.

## 7. QUESTIONS DIVERSES

- Jean-Michel donne connaissance de la **liste des 22 syndicats** (idem en 2016) qui participent à ces élections TPE, liste validée par la DGT (cf. document en PJ)

- **CROV**

Jean-Michel va écrire à toutes les UR pour qu'elles désignent leur représentant dans les Commissions régionales des Opérations de Vote ; nous suggérerons aux UR d'y désigner leur référent TPE (ou, à défaut, leur secrétaire général).

- **Emissions Expression directe**

Jean-Michel rappelle que lors du dernier COPIL, les FD approchées s'engageaient à trouver rapidement un militant répondant aux critères ; à ce jour, faute de réponse, nous allons devoir nous rabattre sur les salariés de TPE trouvés par notre prestataire. Ghislain précise qu'il s'agit d'un fleuriste puis, pour la dernière émission, d'un menuisier.

Un ambulancier ayant été mis en valeur dans une émission en 2019, la FGT n'estime pas utile de retourner un autre reportage dans ce secteur cette année.

---

**Prochaine réunion du Comité de pilotage (par vidéo ou téléphone) :**

**Jeudi 9 juillet 2020 de 14h30 à 17h**