



édito

Voter POUR QUOI FAIRE : AGIR pour transformer !

Pourquoi nos propositions ne seraient pas valables pour les salarié-es des TPE, et le seraient pour celles et ceux des grands groupes ? Le boulanger d'un groupe industriel ou celui d'une boutique de quartier est avant tout boulanger ! Jamais il ne dira « je suis salarié d'une très petite entreprise », il évoquera son métier. Il n'existe pas de sentiment d'appartenance à une entité. Pour autant, on ne peut nier leur environnement différent. Les TPE sont traversées par des enjeux prioritaires : temps de travail, égalité entre les femmes et les hommes, santé au travail... et pourtant les salarié-es de ces entreprises ne connaissent pas les accords de branche. Travailler des objectifs revendicatifs et d'organisation collective en étant exigeant sur les conditions d'organisation du vote est un enjeu indispensable et déterminant. Gagner une véritable participation des travailleur-ses nous obligera à mettre en place une activité syndicale pérenne, avec elles et eux, par la création de syndicats locaux, et leur rattachement à des collectifs. C'est le gage pour élever le rapport de force aujourd'hui inexistant, pour ces salarié-es et syndiqué-es sans syndicat. C'est aussi les aider à organiser la lutte, gagner des droits nouveaux avec l'engagement de les faire respecter. Donner du sens collectif, une place à ces travailleur-ses au sein de la CGT : c'est en cela que nos bourses du travail ont été occupées au début du xx^e siècle, qu'elles se sont construites avec des travailleur-ses y trouvant refuge pour construire des revendications communes. À nous d'amener ces salarié-es à militer et à construire la CGT de demain, considérant que l'activité revendicative en leur direction n'est pas supplémentaire mais bien intégrée à celle que nous menons au quotidien. Avec un vote large pour la CGT, porter des exigences revendicatives, pour arracher de nouveaux droits à l'État et au patronat, sera utile à l'ensemble du monde du travail.

NATHALIE BAZIRE,
secrétaire confédérale

BULLETIN TPE DE CAMPAGNE

RETOUR SUR LA JOURNÉE DU 20 MARS

Dans six mois se dérouleront les élections TPE – entreprises de moins de 11 salarié-es. Une étape importante en matière de démocratie sociale : « Elles sont primordiales pour faire vivre la démocratie syndicale de l'ensemble des salarié-es de France » explique Catherine Giraud, secrétaire confédérale. « Elles constituent aussi un enjeu de rapport de force pour obtenir satisfaction sur les revendications d'égalité de droits entre les salarié-es. » L'enjeu est de taille : un tel scrutin, qui a lieu tous les quatre ans, détermine la représentativité des organisations syndicales aux niveaux régional, des branches et national. « Depuis 2012, nous sommes le premier syndicat représentatif, et notre ambition collective est de

le rester. Pour cela, il nous faut gagner la bataille de la participation, qui s'est réduite de moitié en dix ans » continue-t-elle. Cette mesure d'audience sert aussi à la désignation des conseiller-es des prud'hommes et à la répartition des sièges entre organisations

syndicales au sein des commissions paritaires régionales interprofessionnelles (CPRI). Outre la représentativité, la bataille s'organise aussi autour des revendications. Première exigence : ne pas faire de distinction selon la taille de l'entreprise. « Nous revendiquons pour les salarié-es des petites

entreprises un droit à des délégué-es du personnel, à une organisation interentreprises territoriale de proximité, de négociation collective et de représentation, accompagnée ...

**« Il nous faut
gagner la bataille
de la participation,
qui s'est réduite
de moitié
en dix ans. »**



Légende



ÉLECTIONS TPE : SUIVEZ UN WEBINAIRE POUR PRÉPARER LA CAMPAGNE

La campagne des élections professionnelles en direction des salarié-es des très petites entreprises est lancée depuis le 20 mars dernier ! Pour celles et ceux qui n'ont pas pu assister à la journée nationale de lancement de campagne, deux rendez-vous sont proposés pour découvrir la méthodologie et les outils de la campagne. Ce sont près de 5 millions de salarié-es, soit 20 % des travailleur-ses, qui sont appelé-es à voter du 25 novembre au 9 décembre 2024, c'est dire toute l'importance que ce scrutin revêt en termes de représentativité pour toute la CGT !

Ce webinaire présentera :

- les revendications et axes de campagne ;
- la stratégie de campagne ;
- les outils de déploiement et de communication.

Inscriptions

Session 1 : 10 avril, 12 h 00 - 14 h 00

Session 2 : 26 avril, 12 h 00 - 14 h 00



... d'un financement mutualisé » indique Nathalie Bazire, secrétaire confédérale. « Notre rôle CGT reste la recherche de droits nouveaux et le respect de ceux qui existent pour tous les travailleur-ses. » Les 5 millions de salarié-es des TPE (soit autant que les 3 versants de la fonction publique) constituent en effet un salariat isolé, difficilement joignable, peu au fait de ses droits, et qui ne se reconnaît pas dans cette description : « Un boulanger ne dira jamais "Je suis salarié d'une très petite entreprise", mais il évoquera bien son métier. Il n'existe pas de sentiment d'appartenance à une TPE » insiste Nathalie Bazire. Cette approche métier est primordiale pour entrer en contact, orga-

niser ce réseau de salarié-es et construire ensemble une activité syndicale pérenne et efficace. « C'est à la CGT de s'adapter aux salarié-es » souligne Sophie Binet, secrétaire générale. « À nous maintenant de porter des exigences revendicatives, pour gagner des droits nouveaux auprès de l'État, du législateur, des organisations patronales » abonde Nathalie Bazire. Pour réussir la campagne, tout est mis en place pour outiller l'organisation et aider les militant-es à faire voter les salarié-es. Certains dispositifs existent depuis longtemps (publipostage, tracts, affiches, flyers...), d'autres sont plus récents. Les porteur-ses de parole (voir page 6), les fiches contacts permettent par exemple d'instaurer un dialogue

et de le poursuivre ; en interne, grâce aux webinaires, au bulletin mensuel, à la newsletter de campagne, au canal Telegram, il sera facile de suivre la campagne ; une plateforme graphique sera mise en place pour réutiliser facilement les différents éléments (fiches métiers, tract, affiches...), des tablettes seront mises à disposition pour proposer la signature de pétitions, consulter des tracts numériques, s'inscrire en direct sur la campagne... « Nous devons aller chercher les voix une par une. Dès qu'on récupère un numéro de téléphone ou un mail, c'est une voix pour la CGT. Gagner en représentativité nous permettra de gagner des droits » conclut Sophie Binet.

LES ENJEUX DU VOTE EN ÎLE-DE-FRANCE

Avec un million de votant-es potentiels sur les 5 millions que regroupent les TPE, l'Île-de-France constitue un enjeu important pour ces élections. Par le nombre de votant-es mais aussi parce que le vote y est très favorable à la CGT, supérieur à la moyenne nationale dans 5 départements... En revanche, le taux de participation (4,5 %) est légèrement inférieur au taux de la moyenne nationale (5,5 %). Comment booster la participation, et, par ricochet, comment trouver la meilleure façon de toucher les salarié-es et de multiplier les contacts? C'est la question posée par Nawel Benchilkha, animatrice à la vie syndicale de l'Urif et membre de la CEC pilote de la commission jeunes et en charge de la campagne saisonniers. « Il est primordial de travailler en étroite relation avec les unions locales (UL), elles sont incontournables. C'est un échelon important qu'il ne faut surtout pas négliger. C'est là où se rendent les salarié-es lorsqu'elles et ils ont un problème, lorsqu'elles et ils veulent un renseignement, c'est l'endroit où elles et ils rencontrent les militant-es, les responsables » insiste-t-elle. « On vise un salariat qui n'est pas habitué à avoir de représentant du personnel, précise Sylvain Bernard. Et souvent, plus encore que l'UL, la première porte d'entrée c'est la ou le conseiller-e du ou de la salarié-e. Quand la ou le conseiller-e du ou de la salarié-e est CGT, elle ou il peut faire venir ce-tte dernier-e dans l'UL. »

En contact direct avec les salarié-es, conseiller-es salarié-es et défenseur-ses syndicaux-les sont les vecteurs principaux de la diffusion d'une information CGT. La structuration de ce réseau est

donc primordiale pour toucher les salarié-es et pour faire connaître l'action syndicale.

En Île-de-France, un-e salarié-e sur trois travaille dans une TPE. « Notre objectif est d'augmenter le taux de participation aux élections afin que les organisations syndicales puissent peser sur les prérogatives des commissions paritaires » précise Sylvain Bernard, de l'Union régionale Île-de-France CGT, membre du comité de pilotage confédéral de la CGT.

Pour y parvenir, des initiatives sont planifiées dès le mois de mai, lors de la quinzaine de déploiement, autour d'une grande zone d'activité TPE. Deux ou trois unions départementales (UD) se déplaceront avec des camionnettes, des chasubles, des kakémonos pour informer les salarié-es près de leur lieu de travail. Les cartes de contacts seront utilisées lors de ces actions, afin de pouvoir recontacter les salarié-es le moment venu.

« Nous devons construire une représentativité au plus proche de l'entreprise et du lieu de travail, car actuellement, le coté régional des commissions paritaires semble très éloigné des besoins des salarié-es dans leur entreprise. Les élections des TPE vont participer à la représentativité des différentes organisations syndicales au niveau national, et à ce titre, à leur poids dans les négociations des conventions collectives appliquées elles aussi aux salarié-es des TPE » conclut-il. Les combats de l'Île-de-France ne sont pas dissociables de ceux de la CGT.

LES CHIFFRES EN ÎLE-DE-FRANCE

- **20 % des salarié-es susceptibles de voter se situent en Île-de-France, soit 1 million sur un total de 5 millions**
- **Lors de la dernière campagne, 50 000 votant-es ont accordé 14 000 voix à la CGT**
- **Dans 5 départements, le vote en faveur de la CGT est supérieur à celui de la moyenne nationale**



DATES DE LA CAMPAGNE

CGT – 13 au 24 mai : quinzaine de déploiement.

Deux semaines consacrées au lancement de la campagne pour les élections TPE auprès du grand public. Les régions sont invitées à organiser des initiatives sur leur territoire, notamment en direction des CFA, pour valoriser les métiers présents dans les régions et dans les territoires.

DGT – 19 avril au 14 juin : dépôt des documents de propagande électorale par les organisations syndicales.

DGT – 18 septembre : publication de la liste électorale.

DGT – 25 novembre au 9 décembre 2024 : scrutin électronique.

LES VISAGES DE LA CAMPAGNE

Les TPE, premier désert syndical de France

**PIERRE MARSEIN,
RÉGION AURA**

Depuis des années, « l'artisanat 1^{er} entreprise de France » fait la pub des petites entreprises pour le compte du patronat. Mais pour Pierre Marsein (représentant CPRI AURA et défenseur syndical des salarié-es TPE), derrière ce slogan se cache le fait que dans ces petites ou très petites entreprises, le droit du travail est souvent peu ou mal appliqué. « Pas facile en effet de réclamer une augmentation ou le paiement des heures supplémentaires lorsqu'on travaille en tête à tête avec son patron, qu'on partage ses conditions de travail, qu'on a conscience de ses difficultés » note-t-il.



Les ordonnances Macron (septembre 2017) qui permettent, en l'absence de convention collective ou d'organisation syndicale, de déroger au Code du travail, en instituant des accords d'entreprise dérogatoires sur la base d'un référendum, illustre bien ce danger : 80 % des accords dérogatoires concernent le temps de travail, et parmi ces accords, 20 % dérogent à la hausse au nombre d'heures et à la baisse au paiement des heures supplémentaires !

« Notre objectif, via les élections TPE, est de réussir à investir ce secteur où les salarié-es sont tellement éloigné-es du droit. Pour les toucher, il faut surfer sur la vague de la réforme des retraites, réussir à les intéresser aux bagarres professionnelles, faire en sorte qu'elles et ils poussent la porte des points de proximité comme les UL ou les UD pour parler avec elles et eux... »

D'autant qu'une menace pointe à l'horizon post Jeux olympiques : une nouvelle réforme avec la possibilité d'une augmentation des seuils de représentativité (actuellement 50 salarié-es sont nécessaires pour un CSE), avec comme conséquence d'augmenter considérablement le nombre de salarié-es des TPE sans représentation syndicale et donc de créer un risque supplémentaire de dégradation de l'application du droit du travail. Un argument supplémentaire autour duquel articuler cette campagne TPE.

La Région Bretagne compte 250 000 salarié-es susceptibles de voter pour les élections TPE. Marie Sécher, permanente au comité régional CGT de Bretagne après avoir été auxiliaire de vie à domicile (handicap) est inscrite sur la liste CGT pour les élections TPE. Pour la campagne qui s'annonce, elle insiste sur la nécessité du contact de proximité : « Il faut en parler dans tous les secteurs, tout le temps, aux syndiqué-es mais aussi à celles et ceux qui ne sont pas au courant, ou qui ne sont pas syndiqué-es. En parler chez le boulanger, chez le coiffeur, aux assistantes maternelles... expliquer comment ça fonctionne, et pourquoi c'est important de voter ». Elle insiste sur la nécessité de parler du rôle des syndicats dans les commissions paritaires régionales interprofessionnelles (CPRI), censées permettre un dialogue social de proximité pour les TPE. « Il faut expliquer que nous travaillons sur plusieurs thèmes comme la santé au travail, la formation, la facilitation de résolution des conflits, les activités sociales... en dépit d'une certaine lenteur, il faut insister sur leur utilité : par exemple, en Bretagne, nous avons réussi à faire publier un avis sur la diminution des moyens pour la formation, et sur le reste à charge pour les salarié-es dans les CPF, une publication qui est considéré comme une victoire ! » Lors de la campagne, l'équipe va utiliser la méthode des porteur-ses de paroles (voir p.6), « une méthode originale qui permet de discuter librement avec des personnes sans avoir l'étiquette CGT » et l'UL de Rennes, repérera les zones avec beaucoup de TPE pour y organiser des déploiements ciblés avec tractage...



Insister sur le rôle des CPRI

MARIE SÉCHER, BRETAGNE

FOCUS SUR DEUX REVENDICATIONS CGT

UNE INDEXATION DE TOUS LES SALAIRES sur les hausses de prix constatés (échelle mobile des salaires), d'autant plus importante pour les TPE qu'elles n'ont pas de négociations annuelles obligatoires (NAO) et que beaucoup de salarié-es n'osent pas réclamer d'augmentation.

UN SALAIRE ENTIÈREMENT « SOCIALISÉ », c'est-à-dire la fin des primes et des salaires non déclarés : les cotisations sociales et fiscales sont importantes pour le versement d'indemnités (activité partielle, maladie...), mais aussi par exemple pour le calcul des pensions de retraite ou pour l'obtention d'un prêt. Lors du Covid, les salarié-es des cafés-restaurants par exemple se sont retrouvé-es en activité partielle, mais leurs indemnités ne tenaient pas compte des heures non déclarées...

LES SALARIÉ·ES DU PARTICULIER EMPLOYEUR : UNE CIBLE COMPLIQUÉE À ATTEINDRE

La branche du service à la personne (Fédération Commerce, Distribution, Services) réunit plusieurs milliers de syndiqué·es (assistant·es maternel·les, salarié·es des crèches privées et des entreprises du service à la personne, concierges et gardien·nes d'immeuble. Parmi tous ces métiers, l'emploi à domicile présente des spécificités et des difficultés particulières : des salarié·es très isolé·es et difficilement joignables, des conditions de travail difficiles avec des contrats souvent pré-

caires, des employeurs multiples et la difficulté de se faire reconnaître comme salarié·e à part entière. « Depuis la création d'un syndicat parisien pour ce secteur, il y a quinze ans, notre travail syndical a évolué. Nous savons que ce sont des salarié·es qu'il faut préférentiellement réunir le samedi, et qu'elles et ils sont très sensibles au fait que nous leur parlons de leur métier, de leurs conditions de travail et que nous leur apportons des outils pour s'implifier leur quotidien » explique Stéphane Fustec, conseiller fédéral en

charge de ce secteur. Un travail de fourmi qui porte ses fruits : une nouvelle convention collective depuis le 1^{er} janvier 2022 (avec notamment une prime de départ à la retraite basée sur l'ancienneté dans le secteur et non pas sur le dernier employeur), un « super » CSE qui permet de bénéficier d'activités sociales et culturelles, fondé sur les cotisations patronales qui atteignent environ 1 million par an. Des exemples à mettre en avant lors de la campagne des élections TPE.



LES CHIFFRES DES SALARIÉ·ES DU PARTICULIER EMPLOYEUR

- **1,3 million de salarié·es dont 270 740 assistant·es maternel·les (99 % de femmes)**
- **3,3 millions de particuliers employeurs dont 965 830 parents employeurs**
- **17 000 voix étaient issues de ce secteur lors du précédent scrutin**
- **800 000 emplois à pourvoir d'ici 2030**

WHATSAPP : UN OUTIL EFFICACE POUR ROMPRE L'ISOLEMENT

Pour toucher les « assmats » (assistant·es maternel·les) et les salarié·es du particulier employeur, majoritairement des femmes, le syndicat CGT du Service à la personne (SAP) a mis en place des boucles WhatsApp. « Les salarié·es qui travaillent chez un particulier employeur sont souvent solitaires, font face à un manque d'informations sur leurs droits et sont difficilement joignables – il n'est pas question de se rendre au square pour leur parler, par exemple, du fait qu'il s'agit d'un lieu où les salarié·es passent quelques heures de leur journée de travail, en fonction de leurs contrats qui les lient avec l'employeur. Il est important pour elles et eux d'être écouté·es, rassuré·es et de bénéficier de personnes disponibles à chaque instant de leur vie quotidienne au travail. Puisque nous avons tou·tes un téléphone portable aujourd'hui, nous avons mis en place des groupes WhatsApp pour faciliter la communication » explique Nathalie Ghafar, secrétaire générale SAP. Expérimenté juste après le confinement, ce canal de communi-

cation a rapidement fait ses preuves. « Le bouche-à-oreille a bien fonctionné. Nous sommes disponibles et réactif·ves, ce qui donne le sentiment de ne plus être isolé·e et d'être écouté·e. La disponibilité est la clé de voute de ce dispositif. Peu à peu, la boucle WhatsApp est devenue un canal d'information à part entière : on répond aux questions, on encourage les salarié·es qui en ont besoin, on annonce le passage de Sophie Binet à la télé ou dans la presse, on fait des sondages... » Le syndicat CGT SAP met en place un réseau d'ambadrices, des salariées syndiquées et motivées, susceptibles de convaincre ces salarié·es du secteur de l'emploi à domicile de se syndiquer et d'intégrer la boucle WhatsApp. Au-delà de l'aspect communauté, l'espoir est que les membres de ce groupe comprennent la solidarité et l'importance du collectif... et aient envie de passer le pas, d'encourager les personnes qui ne sont pas syndiquées d'aller voter pour les élections des TPE et susciter l'envie de s'impliquer à leur tour dans la syndicalisation.



QUAND LA PAROLE SE LIBERE

Les porteur-ses de parole : un outil privilégié pour aller à la rencontre des salarié-es

Mis à profit par la CGT lors de la campagne des élections dans les TPE en 2020, le dispositif « porteur-ses de parole » permet de favoriser les échanges avec les salarié-es. Focus sur cet outil utile à l'élaboration de revendications.



À partir de la parole des salarié-es...

Inventé par des associations de l'éducation populaire au début des années 2000, le dispositif « porteur-ses de parole » est une technique de débat, qui consiste à aller discuter avec les passant-es, usager-es, travailleur-ses... à partir d'une question ou affirmation qui servira de base de discussion – par exemple « on a le salaire qu'on mérite » ou « êtes-vous heureux au travail? ». L'objectif : remettre le débat politique sur la place publique (places, gares, centre commerciaux...), et permettre aux passant-es d'échanger sur des sujets liés au travail.

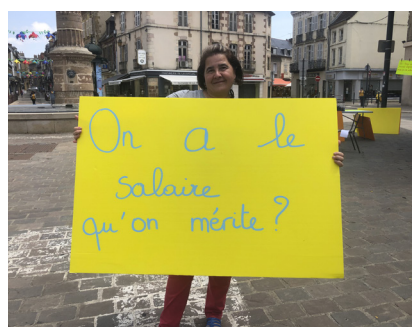
Comment ça marche? Tout d'abord, les passant-es échangent pendant deux heures sur la question, sous l'animation des militant-es – qui sont les « porteur-ses de parole ». Durant les discussions, ces dernier-es récoltent des « pépites » : les propos des débatteur-ses résumés avec leur accord, puis affichés dans l'espace public. L'affichage d'un grand nombre de pépites – y compris contradictoires – invite d'autres passant-es à se joindre aux échanges, et alimente les débats. Toucher un large public nécessite dans un premier temps de se présenter sans aucun signe d'appartenance à la CGT. Ça équivaut parfois à sortir de sa zone de confort

en tant que militant-e, mais ça permet de court-circuiter les aprioris que les passant-es pourraient avoir.

... construire des revendications CGT

À l'issue des échanges et après la récolte de pépites, les militant-es dévoilent la raison de leur présence et leur affiliation. C'est l'occasion de présenter la CGT et ses propositions, de prendre contact syndicalement avec les salarié-es, d'échanger avec elles et eux sur leurs besoins, voire de leur proposer de s'organiser pour défendre leurs droits.

Le dispositif « porteur-ses de parole » s'inscrit totalement dans la démarche revendicative de la CGT : élaborer les revendications avec les salarié-es, pas



à leur place. Associé à des outils plus traditionnels (tracts, affiches, réunions syndicales...), il permet par ailleurs de toucher des populations qui se situent dans notre « angle mort » (déserts syndicaux, secteurs d'activité culturellement peu propice au syndicalisme...) – c'est notamment le cas de nombre de salarié-es des TPE. C'est donc un outil de déploiement à ne surtout pas négliger.

LES OUTILS DE COMMUNICATION

LA NEWSLETTER DE CAMPAGNE



LE CANAL TELEGRAM



LE BULLETIN DE CAMPAGNE

Il est envoyé par la Confédération via une note aux orgas une fois par mois jusque fin 2024.

LES MAILINGS CIBLÉS



LES SITES DÉDIÉS

Site grand public : sur cgt-tpe.fr les professions de foi et communications à destination du grand public des entreprises de moins de 11 salarié-es
Site militant : sur app.cgt.fr le site militant à destination des organisations et responsables. Ne pas communiquer le lien publiquement car il regroupe tous les outils de campagne.