

# FICHE N°11 - VALORISER LE MANDAT ÉCOULÉ DANS LA CAMPAGNE

Les collègues ne votent pas d'abord pour un programme abstrait, mais pour une organisation dont ils ont vu l'utilité concrète : notre activité reste bien notre meilleur argument de campagne ! Il est donc hyper important de penser à valoriser ce bilan lors de la campagne.

## Convaincre les désabusés

Mettre en avant l'action passée pendant la campagne n'est pas de l'auto-congratulation, mais faire la démonstration de l'utilité du travail syndical. Donner à voir ce que les élu-es CGT ont fait dans les instances et sur le terrain, c'est **montrer que le vote CGT sert à quelque chose**, qu'il se traduit par des décisions, des protections, des améliorations – même modestes. On peut contrer le discours selon lequel « *les syndicats ne servent plus à rien* » en rendant visibles les batailles menées, les dossiers travaillés, les refus opposés à l'administration. Au fond, on montre à quoi sert la CGT et que la présence d'élu-es CGT change la donne, ne serait-ce que parce qu'ils portent la voix des collègues, donnent à entendre d'autres chiffres, des arguments et des contre-propositions qui n'existeraient pas sans eux.

## Donner des exemples concrets

On ne peut pas résumer quatre années d'activité en quelques phrases. Si vous avez pris le temps de faire un bilan du mandat au début de la campagne, c'est plus facile d'en extraire des exemples forts ou des données significatives. L'enjeu est de traduire ce bilan en quelques points concrets qui parlent aux collègues : il peut s'agir autant de dossiers transversaux que de petites victoires et même d'accompagnements individuels :

- « *La CGT a obtenu le recrutement de XX postes supplémentaires* »
- « *C'est grâce à l'action de la CGT que la circulaire télétravail a pu inclure tel et tel élément* »
- « *Nous avons fait reculer l'administration sur le projet de déménagement* »
- « *C'est la CGT qui a mis à jour le projet de flex office que nous cachait l'administration* »
- « *La CGT a organisé XX webinaires / réunions pour que vous aider à comprendre la PSC* »
- « *La CGT a contraint l'administration à respecter les textes sur tel et tel sujet* »
- « *Sur les quatre années écoulées, la CGT au niveau de tel service a accompagné XX collègues* »
- « *La CGT a accompagné XX collectifs en difficulté* »
- « *La CGT a pu négocier un aménagement d'horaire pour un-e collègue au vu de sa situation* »
- « *La CGT a organisé XX AG et consultations des agent-es* »

Constituez-vous autant que possible une liste d'exemples dans lesquels piocher en fonction des supports, des situations et des interlocuteurs.

## Faire du bilan un fil rouge

La campagne des élections professionnelles ne va évidemment pas tourner uniquement autour du mandat écoulé. Mais c'est utile de décliner ce bilan et de le rappeler dès que vous le pouvez, en prévoyant par exemple un encart dans chacun de vos tracts et professions de foi : « *Ce que la CGT a obtenu dans le mandat* ». Dans les AG, réunions d'information, **pensez également à prendre le temps d'illustrer vos analyses et propositions avec des éléments issus de ce bilan**. Faites intervenir quand c'est possible des militant·es ou des collègues directement impliqué·es, qui peuvent témoigner de ce que la CGT a changé pour eux est certainement encore plus efficace ! Enfin le bilan peut être l'occasion de mettre en avant un engagement pour le mandat suivant (« *nous continuerons à...* », « *nous voulons maintenant obtenir...* ») pour montrer la permanence de l'action syndicale et que la CGT avance et progresse.