

FICHE N°15 - UTILISER LES INSTANCES INTERNES COMME LANCEMENT DE CAMPAGNE

Les assemblées générales, congrès, conseils nationaux, commissions exécutives élargies réunissent déjà un grand nombre de militant·es et adhérents. **Intégrer pleinement ces temps de réunion comme moments de lancement de campagne permet d'associer un maximum de monde** et que le plus de militant·es possibles déterminent ensemble mais aussi s'approprient la stratégie de campagne et ses enjeux.

Construire ensemble

Plusieurs syndicats ont insisté sur l'intérêt de consacrer, dès la fin d'année (par exemple en juin), un temps spécifique aux élections professionnelles dans les AG, congrès ou journées d'étude. L'idée est de ne pas attendre la rentrée ou l'automne pour se poser la question de la campagne : dès le printemps ou le début de l'été, on peut dresser un premier état des lieux, présenter les grandes lignes du calendrier, discuter des axes politiques et commencer à identifier les priorités. De cette manière, **la campagne électorale devient un prolongement naturel de la vie démocratique de l'organisation**, et non un temps à part que l'on subirait sous la contrainte du calendrier.

Penser concrètement la campagne

Ces moments internes peuvent permettre de devenir de véritables ateliers de préparation ou une séquence dédiée dans l'ordre du jour. On peut, par exemple, profiter d'une instance pour travailler sur la liste des scrutins à couvrir, les premières pistes de candidats, la planification de tournées et de réunions d'informations, l'organisation du suivi du vote ou des remontées. Cela permet de repartir de l'instance avec un plan de travail concret, des tâches réparties et des échéances partagées.

Transformer la contrainte d'un congrès en lancement de campagne

L'exemple de la CGT Culture

En 2022, la CGT Culture avait déjà utilisé son comité général comme point de départ de la campagne électorale : présentation des enjeux du scrutin, partage du bilan de mandat, travail sur les axes de campagnes et préparation du plan de déploiement. L'idée était simple : profiter d'un moment où étaient déjà réunis un grand nombre de militant·es pour enclencher collectivement la dynamique de campagne. Les résultats ont d'ailleurs été très bons !

En 2026, la CGT Culture réitère l'opération. Son congrès devait initialement se tenir à l'automne, en pleine campagne. Elle a décidé de l'avancer au mois de mai pour utiliser pleinement ce congrès comme temps de lancement de campagne : une journée complète est consacrée, au cœur du congrès, aux élections professionnelles pour une préparation et une appropriation la plus collective possible du plan de campagne. Le congrès n'est plus seulement un moment statutaire, il devient une rampe de lancement, où l'on articule réflexion d'orientation et organisation concrète de la bataille électorale.