

RTE FONCTIONS CENTRALES

UNE CAMPAGNE CSE GAGNANTE

Retour sur une campagne de communication durant laquelle la capacité de conviction d'un groupe soudé a fait entendre sa petite musique à l'oreille des cadres.

Pour la campagne CSE de 2019, l'arrivée de la loi sur la parité est venue chambouler les habitudes : il fallait trouver des femmes pour présenter des listes complètes. Or, au sein des Fonctions Centrales (FC) de RTE, les salariées ont peu de tradition d'engagement syndical. D'une part parce qu'elles restent moins nombreuses que les hommes, d'autre

part parce que l'implication syndicale, particulièrement à la CGT, est mal perçue par une direction peu volontaire à la pratique du dialogue social. Toutes les OS ont été confrontées à cette nouveauté et la « chasse » aux militantes a donné le ton de la campagne à venir : elle serait féministe ou elle ne serait pas !

L'équipe sortante de la CGT des FC a donc recruté plusieurs salariées afin de remplir ses listes, certes, mais aussi (et surtout) pour se donner une opportunité d'impulser une nouvelle dynam

ique auprès des salarié.e.s des fonctions centrales. De fait, sa campagne à peine lancée, la CGT de RTE tractait dès septembre 2019 : « la CGT : premier syndicat féministe de RTE », intrigant nombre de salarié.e.s. Il fallait bien interpeller pour pallier l'image caricaturale souvent associée à la CGT.

Dans le courant du mois, un collectif de campagne est créé, permettant de souder ses membres au travers de rencontres et de débats parfois animés. La petite équipe s'organise de façon à couvrir l'ensemble du territoire sur les huit semaines de campagne qui restent. Or, les FC de RTE sont disséminées sur plus de 35 sites... et l'équipe n'est constituée que de 8 militant.e.s ! Comment rencontrer 2 500 agent.e.s en si peu de temps ? En priorisant les gros sites dans un premier temps, puis les sites plus isolés,

avant de repasser une seconde fois pour remettre notre plaquette de campagne à tous-tes.

La CGT, un syndicat de dialogue qui signe des accords

La plaquette a été pensée et réalisée avec l'aide d'un camarade expert des outils de design et de mise en page, afin de marquer un changement dans la communication, la rendre plus « professionnelle » et adaptée au public visé. Moins de texte pour plus de clarté, couleurs bleues et vertes privilégiées avec des touches de rouge évidemment et une innovation : la confection d'une frise en double-page au centre de la plaquette. Elle retrace dans le temps

les positions de la CGT sur de nombreux sujets. C'est un bon support pour discuter avec les salarié.e.s sur du factuel : nombre d'accords signés par la CGT, évolution du dialogue social, passage d'une notion d'acquis sociaux à celle de conquits sociaux, refus de signer certains accords pourtant ratifiés par d'autres

OS. Cette frise a servi de support, lors du second passage sur les sites des FC, parcourant le passé, le présent, mais aussi nous projetant vers l'avenir.

Parallèlement, durant huit semaines, tous-tes les agent.e.s ont reçu un mail hebdomadaire « Vu & Revues » axé autour de trois thématiques : actualité sociale, diversité, santé-sécurité-qualité de vie au travail. Il s'agissait de créer un mail d'ouverture, traitant aussi bien de sujets « internes » FC, que de sujets hors IEG, voire internationaux.

Chaque sujet y était abordé de façon succincte avec un lien vers un média externe qui le développait. Ainsi, ces mails étaient très légers et moins nombreux que par le passé, dans un souci de lisibilité et de sobriété (pour limiter le risque d'infobésité). Ces communications étaient aussi imprimées avant chaque visite de site, selon le numéro

« La campagne serait féministe ou elle ne serait pas ! »



© Médiathèque EDF – Conty Bruno

en cours de diffusion. De ce fait, chaque salarié-e n'a reçu qu'une ou deux version(s) imprimée(s). Ce geste a été apprécié de tous-tes, l'enjeu écologique étant au cœur des préoccupations de nos populations.

Des thèmes de campagne adaptés

Des thèmes de campagne nationaux ont été déclinés localement en fonction des besoins et des intérêts des cadres.

Un équilibre femmes-hommes a été respecté lors de chaque visite de site, afin de montrer que les femmes n'étaient pas là pour remplir des cases sur une liste mais qu'elles étaient des candidates réellement engagées dès le début de la campagne.

Nous avons pu échanger avec nos collègues autour des droits des femmes, de la lutte contre les discriminations, de l'organisation des lieux de travail, du rôle des managers de proximité... en nous appuyant également sur les campagnes réalisées par l'Ufict. Pour chaque fiche Ufict, nous avons créé une déclinaison de la problématique à la maille des fonctions centrales de RTE. Nous avons ainsi pu communiquer sur des éléments de fond auprès de

notre électorat et démontrer notre connaissance et notre pertinence sur l'ensemble des sujets.

Gagnant en crédibilité et en légitimité, nous nous sommes offerts un siège supplémentaire en CSE dans le collège cadre, mais nous en avons perdu un sur le collège maîtrise. Si notre communication ciblée sur les cadres a fonctionné, nous retirons de cette campagne la nécessité de mieux couvrir l'ensemble des collèges lors des prochaines élections. A RTE, la CGT a stabilisé son score de 2016, après avoir chuté plusieurs élections de suite. C'est donc une victoire en 2019 avec un score total de 39,4 % (CFDT :

25,9 %, CFE-CGC : 21,11 %, FO : 12,4 %).

Nous préparons d'ores et déjà la prochaine échéance électorale dans quatre ans et continuons à produire « Vu & Re-vues » mensuellement, en nous déplaçant beaucoup sur les sites, en nous mobilisant fortement pour expliquer les enjeux de la réforme des retraites, en proposant des angles de communication différents pour arriver à toucher le plus grand nombre. Nous avons également ouvert un groupe facebook, dans l'espoir de toucher des populations qui ne liraient pas leurs mails, ou du moins pas les mails syndicaux... Améliorer son score ne s'improvise pas.

« Un siège supplémentaire en CSE dans le collège cadre »

RTE compte quatre établissements : trois d'entre eux couvrent les métiers « techniques et opérationnels » de l'entreprise, le quatrième regroupe les fonctions dites « centrales ». Il s'agit tant des fonctions « support » traditionnelles (RH, Comptabilité...) que de pôles d'expertise ou de création et pilotage de politiques techniques (Centre National d'Expertise Réseau, Service de Travaux Hélicoptés...).

Historiquement, aux Fonctions Centrales, la CGT fait un score plus faible que les trois autres organisations syndicales représentatives (CFDT, FO, CFE-CGC). La population est très largement composée de cadres peu enclins à voter CGT, voire à voter tout court aux Élections des Représentants du Personnel.