

Blogs : syndicalement vôtres

PARTICIPANTS :

MICHÈLE PEDINIELLI,
CONCEPTRICE WEB CHEZ
SDC CONSEIL ET ÉDITION,
ELLE EST INTERVENUE
DANS LA REFORTE DU SITE
DE LA CGT, A PARTICIPÉ
À LA CRÉATION DE SITES
FÉDÉRAUX ET À LA CRÉATION
D'ESPACES COLLABORATIFS
DE DIFFÉRENTS SECTEURS
CONFÉDÉRAUX

FRANÇOIS KLEIN,
SECRÉTAIRE DÉPARTEMENTAL
À LA QUALITÉ DE VIE
SYNDICALE DU SYNDICAT
FAPT-CGT DE SEINE-ET-MARNE
ET ANIMATEUR DU BLOG
"CGT FAPT 77"
<WWW.CGTFAPT77.FR/WP/>

ALBERT PAPADACCI,
ÉLU CHSCT CHEZ MEDICA
FRANCE, COANIMATEUR DE
L'UL DU PLESSIS-CLAMART
(92) ET FONDATEUR DU BLOG
"LE FRUIT DES AMANDIERS"
<WWW.LE-FRUIT-DES-
AMANDIERS.COM/ALBUM-
1254668.HTML>

MARTINE HASSOUN,
"OPTIONS"

Animés par des syndiqués, des collectifs ou des syndicats, les blogs Cgt seraient aujourd'hui au nombre de huit cents. Pourquoi se sont-ils montés? Quels peuvent en être les usages? Qu'apportent les réseaux sociaux à l'activité syndicale classique? Expériences et témoignages.

– **Options:** Pourriez-vous présenter vos blogs en quelques mots?

– **François Klein:** Le site « Cgt Fapt 77 » est un panaché entre un site et un blog; un outil à double dimension qui offre à la fois un lieu informatif vivant et remis à jour régulièrement et un autre, plus statistique, où sont mis à disposition des données de référence sur des campagnes ou des initiatives en cours. Cette double entrée que nous avons choisie nous permet de répondre aux besoins d'information qui se font jour auprès de toutes les couches de salariés. Qu'ils soient syndiqués ou ne le soient pas, en contact avec leurs collègues ou nomades, ils peuvent trouver des informations sur l'actualité de l'entreprise, sur les négociations en cours ou sur les luttes qui se mènent, par exemple.

– **Albert Papadacci:** « Le Fruit des amandiers » reprend cette même dualité de l'information. On y trouve des données de référence sur Medica France et des éléments de droit sur notre convention collective ou sur le Code du travail. On peut y puiser aussi des éléments d'information sur les luttes et les mobilisations qui se déroulent dans l'entreprise et au-dehors. Ce site est né il y a trois ans, après une lutte de vingt-sept jours dans une maison de retraite de Medica France. Une lutte importante qui avait suscité des mouvements de solidarité mais dont il est vite apparu qu'elle n'avait pas provoqué l'écho dans la presse que l'on aurait pu espérer. De là, nous avons décidé de créer notre propre outil d'information: un blog qui tienne au courant tous les personnels, qu'ils soient syndiqués ou ne le soient pas. « Le fruit des amandiers » est un site de syndiqués et non d'un syndicat, puisque nous ne sommes pas constitués comme tel. Nous sommes trois à nous en occuper. Un travail qui nous prend beaucoup de temps mais qui nous apporte beaucoup.

– **Options:** Savez-vous combien de personnes fréquentent vos blogs?

– **Albert Papadacci:** Une centaine de personnes par jour. Ce peut être des membres de la direction du groupe qui viennent s'y renseigner, mais aussi des salariés qui viennent aux nouvelles pour savoir ce que l'on dit des dernières négociations, pour chercher des informations sur les droits et garanties collectives dont ils relèvent. Ce ne sont pas forcément des syndiqué(e)s.

– **François Klein:** Nous avons, en temps normal, en moyenne, un nombre moyen de visiteurs allant de quatre-vingts à cent personnes par jour. Cet automne, pendant le mouvement sur les retraites, la fréquentation a été quasiment quatre fois plus importante.

– **Options:** Quelle différence faites-vous entre un blog et un site?

– **Michèle Pedinielli:** Sur un site, l'information est « maîtrisée »; sur les blogs, il faut accepter qu'elle soit débattue: c'est là la différence essentielle. Par définition, un blog est ouvert aux commentaires. Ça ne veut pas dire que l'on doit tout y admettre. Ça signifie que l'on peut y débattre. Cette particularité, bien sûr, a ses contraintes. Pour qu'un blog fonctionne, il faut l'animer, le mettre à jour quotidiennement, suivre ce qui s'y passe, animer les discussions et savoir les conclure.

– **Albert Papadacci:** Autrement dit, un site est une vitrine que l'on regarde. Un blog est un endroit où l'on entre et où l'on peut s'arrêter, s'installer et discuter. C'est un lieu vivant qui implique d'être réactif et de ne jamais passer à côté d'une information importante qui peut intéresser les visiteurs. C'est un lieu où des contacts peuvent se nouer, où les animateurs

« LE FRUIT DES AMANDIERS » EST UN SITE DE SYNDIQUÉS ET NON D'UN SYNDICAT, PUISQUE NOUS NE SOMMES PAS CONSTITUÉS COMME TEL. NOUS SOMMES TROIS À NOUS EN OCCUPER. UN TRAVAIL QUI NOUS PREND BEAUCOUP DE TEMPS MAIS QUI NOUS APPORTE BEAUCOUP.



LES BLOGS DOIVENT SE CONCEVOIR COMME DES PORTES D'ENTRÉE À LA CGT. COMME DES LIEUX QUI PERMETTENT DE DÉCOUVRIR AUTREMENT CE QUE NOUS DISONS, DE DISPOSER D'INFORMATIONS QUE L'ON NE RECHERCHAIT PAS FORCÉMENT. PAR LA RÉACTIVITÉ QUE CE TYPE D'OUTIL PROPOSE, ILS CONSTITUENT UN ÉLÉMENT DES CAMPAGNES DE SYNDICALISATION...

qui en ont la charge doivent être attentifs aux demandes qui peuvent être faites. Chaque fois que l'on nous poste une demande de contact, nous y répondons systématiquement dans la journée. C'est un devoir que nous nous sommes fixé. Un blog est un lieu convivial. Si l'on en respecte la fonction, il est un formidable outil pour développer le syndicalisme de proximité que nous appelons de nos vœux.

– **Michèle Pedinielli**: L'information sur un blog est une sorte de bouteille à la mer qui navigue de proche en proche, se diffusant par capillarité (notamment lorsqu'elle est reprise sur les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter), bien au-delà du strict cadre des « amis ». En sociologie, on parle de « *liens forts* » – les amis et la famille – et de « *liens faibles* » – les connaissances, les amis d'amis, ceux avec qui l'on a pu discuter une fois seulement. Les blogs, Facebook et les réseaux sociaux mobilisent ces « *liens faibles* » : toutes les personnes que le cercle syndical classique ne touche pas. Ils jettent des ponts entre des groupes qui auraient pu ne jamais se fréquenter.

– **François Klein**: Les blogs doivent se concevoir comme des portes d'entrée à la Cgt. Comme des lieux qui permettent de découvrir autrement ce que nous disons, de disposer d'informations que l'on ne recherchait pas forcément. Par la réactivité que ce type d'outil propose, ils constituent un élément des campagnes de syndicalisation... Contrairement à ce que nous pensons trop souvent, ce n'est pas un outil qui isole. Bien au contraire, c'est un outil qui assure une relation de proximité, qui rapproche les salariés du syndicalisme : les salariés isolés tout particulièrement, comme les commerciaux, avec qui il peut

être difficile d'entrer en contact, ou les cadres qui peuvent vouloir trouver des informations syndicales en dehors de leur lieu de travail. Les retraités enfin qui, comme tous les autres, ont besoin d'information pour comprendre et se défendre.

– **Albert Papadacci**: Avant de venir, avec les copains qui animent le blog avec moi, nous avons fait un petit calcul : en deux ans et demi, grâce au blog, nous avons gagné onze établissements Medica France. Il y a deux ans et demi, ces onze établissements n'avaient ni délégué du personnel, ni syndiqué. Aujourd'hui, on a au moins onze syndiqués et huit délégués du personnel.

– **Options**: Il s'agit donc là d'un outil de déploiement ?

– **Michèle Pedinielli**: A condition de respecter ce qui en fait la spécificité. Un blog, en effet, ne marche bien que quand il permet une relation quasi personnelle entre son ou ses animateurs et les visiteurs ; quand il est identifié et que s'instaure une relation de confiance permettant une écoute particulière à l'information qui arrive. Un blog ne peut être institutionnel. Il est le vecteur de communication d'un salarié ou d'un collectif de salariés qui s'adressent à d'autres salariés qui leur sont proches pour aborder des sujets qui, tous, les rassemblent. Les commentaires qui sont postés sur les blogs sont une illustration de cette relation de proximité qui peut s'installer : celui qui écrit répond à celui qui lui parle. Il ne s'agit pas d'une relation anonyme. On est dans l'échange, non dans une communication descendante, institutionnelle. Chaque média, je crois, a son rôle. Le site confédéral de la Cgt n'a pas forcément vocation à être un lieu de ...

TABLE RONDE

Blogs :
syndicalement vôtres

“ AVEC LES BLOGS, LE SYNDICAT DEVIENT LUI-MÊME PRODUCTEUR D'INFORMATION. LORS DE LA MOBILISATION EN 1999, À SEATTLE, CONTRE LA POLITIQUE DE L'OMC, LES MANIFESTANTS AFFICHAIENT UN SLOGAN : « NE DÉTESTEZ PAS LES MÉDIAS, DEVENEZ-LES. »

... proximité et d'échanges, il est plutôt une base documentaire de l'information syndicale. En revanche, il est essentiel que transparaissent sur un blog lancé par une section d'entreprise les relations qu'entretient un délégué avec les salariés. C'est de cette manière que le syndicalisme peut trouver une autre manière de convaincre.

– **François Klein** : Les blogs répondent autrement à cette question qui nous est souvent posée sur les lieux de travail : « *Que faites-vous, vous, la Cgt ?* » Ils donnent la parole aux salariés, ils les engagent dans des débats dans lesquels ils craignent parfois d'intervenir. Les réseaux sociaux ne feront pas disparaître l'activité syndicale classique, de terrain et de contact. Je constate néanmoins, tout d'abord, que l'on reçoit aujourd'hui des adhésions directes au syndicat départemental, chose qui n'existait pas avant ; ensuite, que la diffusion d'information sur le site assoit notre crédibilité. Beaucoup de salariés qui ne veulent pas nous croire, voire même nous écouter lorsque l'on intervient dans les établissements, changent d'attitude lorsqu'ils peuvent lire sur nos sites des articles qui confirment ce que l'on dit.

– **Albert Papadacci** : Ils nous permettent aussi de jouer notre rôle plus largement. Lorsque, faute de nouvelles fraîches, nous ne pouvons alimenter le blog en informations nouvelles, nous revenons systématiquement sur des données concrètes et pratiques dont les salariés peuvent avoir besoin, comme les droits et garanties collectives dans notre secteur d'activité, comme des modèles de lettres qui peuvent aider des personnes isolées dans une maison de retraite perdue au fin fond de la France à demander une formation syndicale, un congé formation ou toute autre chose à laquelle elles peuvent prétendre. Les réseaux sociaux ou les blogs ne supplanteront jamais l'approche syndicale de terrain. Ils assurent simplement de nouveaux vecteurs d'information dans lesquels certains peuvent se retrouver, d'autres pas. Ils garantissent au mouvement syndical une voix dont on aurait vraiment tort de se passer.

– **Options** : Les réseaux sociaux ne sont-ils pas finalement un outil qui permet au mouvement syndical de reprendre la main dans la diffusion de l'information ?

– **François Klein** : Tout à fait. Nous nous sommes aperçus que, en diffusant des éléments relatifs aux luttes locales sur notre blog, nous intéressons fortement les journalistes locaux qui, désormais, nous



Michèle Pedinielli.

appellent pour obtenir des compléments d'information ou nous demander des photos pour couvrir un  v nement. D'une certaine façon, notre site nous aide à nous rendre plus visibles, plus crédibles auprès de la presse locale.

– **Albert Papadacci** : Il suffit de constater la vigilance dont fait preuve notre direction quant aux informations que nous diffusons sur notre site pour comprendre à quel point la communication est devenue un enjeu. Ce que les employeurs craignent aujourd'hui plus que tout, c'est que les actionnaires puissent connaître l'état des relations sociales dans l'entreprise. Pourquoi nous priverions-nous de diffuser des informations sur l'état du dialogue social ? Les salariés doivent savoir où ils travaillent et où en sont les négociations. Si la Bourse s'y intéresse aussi, nous n'allons pas nous en plaindre !

– **Michèle Pedinielli** : Ce qui vient d'être dit confirme que le blog est devenu une source d'information alternative quasi naturelle. Un média qui offre un double avantage : celui d'offrir une perspective historique à des  v nements et d'aider les observateurs à puiser dans d'autres sources d'information en donnant des éléments de contexte et en offrant des mises en perspective. Avec les blogs, le syndicat devient lui-même producteur d'information. Lors de la mobilisation, en 1999 à Seattle, contre la politique de l'Omc, les manifestants affichaient un slogan : « *Ne détestez pas les médias, devenez-les.* » C'est à cette époque que sont apparus les premiers médias alternatifs comme Indymedia. Aujourd'hui, ils se développent et se diffusent partout, jusque dans le mouvement syndical. Et c'est en soi une véritable révolution.

– **Options** : Le syndicalisme semble tout de même assez prudent sur ce terrain... Comment l'expliquer ?



Albert Papadacci.

PUISQUE LA CGT
A VOCATION
À S'ADRESSER
À TOUT LE MONDE,
IL NOUS FAUT
INVESTIR CE MOYEN
DE COMMUNICATION
QU'EST LA TOILE
POUR DIFFUSER
DE L'INFORMATION
LÀ OÙ DES GENS
DE TOUT ÂGE
ET DE TOUT HORIZON
SE RASSEMBLENT
À TOUTES LES HEURES
DU JOUR ET
DE LA NUIT.

– **Michèle Pedinielli** : La frilosité du mouvement syndical à l'égard de ce type d'outil s'explique avant tout par une culture fortement marquée par un certain centralisme. Ce n'est pas toujours facile d'accepter de laisser les syndiqués de base s'exprimer. Il me semble pourtant essentiel que, à côté des sites fédéraux, des sites des fédérations, existent des outils qui permettent aux salariés de diffuser de l'information qui concerne leurs entreprises. Ce qui ne veut pas dire que l'on a affaire à des médias sans contrôle. Comme tout autre, le blog a besoin de s'appuyer sur une stratégie de communication. Il doit avoir une ligne éditoriale et un cahier des charges. Ses concepteurs doivent pouvoir dire à qui ils veulent s'adresser, sur quels sujets ils veulent s'exprimer et ce qu'ils espèrent retirer de leur site. Monter un site ou un blog est exigeant. Ça ne se fait pas en un jour. L'objectif ne peut pas être seulement de mobiliser. Les réseaux sociaux y concourent, mais ils ne suffisent pas. Ceux qui organisent des manifestations via Facebook le savent : sur cent membres d'un groupe créé en vue d'une mobilisation, un seul sortira effectivement dans la rue.

– **Albert Papadacci** : L'usage des réseaux sociaux n'est pas une recette miracle : on est d'accord. Mais, une fois encore, on ne peut pas laisser à d'autres la diffusion de l'information. Occuper le terrain, c'est tout à la fois descendre dans la rue, occuper le terrain politique, le terrain syndical et celui de la diffusion de l'information.

– **François Klein** : La Cgt a pour préoccupation permanente de conjuguer « vécu » et « enjeu ». Si l'on veut faire partager nos idées, il faut partir de ce que vivent les gens pour les amener à aller là où on veut les amener. On l'a dit plusieurs fois : les blogs ont ceci d'intéressant qu'ils leur parlent, qu'ils parlent de leurs problèmes, qu'ils leur permettent de s'identifier à un discours qui parfois peut sembler éthéré. Si je devais résumer en un mot et un seul ce que permettent les blogs, je dirais que, fondamentalement, ils répondent à la démarche de la Cgt ; aussi bien en ce qui concerne les adhésions, les luttes, la défense des acquis ou les besoins d'organisation et de formation syndicale. Cela étant dit, il est clair que les réseaux ne pourront jamais remplacer le temps de la réflexion.

– **Options** : Comment voyez-vous l'avenir ? Le mouvement syndical va-t-il investir la toile, inventer un usage spécifique des réseaux sociaux ?

– **Michèle Pedinielli** : Pour l'instant, Facebook, Twitter ou les blogs restent d'usage embryonnaire au niveau syndical en France. On n'en est qu'au début. Mais c'est un enjeu, il faut utiliser les outils numériques pour construire l'information syndicale : des sites fédéraux et fédé-



François Klein.

raux de référence, des blogs où l'on échange (le lecteur peut débattre mais aussi faire remonter de l'information via les commentaires) et des réseaux sociaux (Facebook et Twitter) où l'on démultiplie la diffusion de l'information. Cela étant, aussi indispensables soient ces outils, ils ont une fonction qui ne remplacera jamais les modes plus classiques d'organisation.

– **Albert Papadacci** : Tout à fait. Mais on ne peut laisser à d'autres le rôle d'informer. Aujourd'hui, l'entreprise a des moyens bien supérieurs aux nôtres. Mon propos n'est pas de dire que les réseaux sociaux résoudre tous les problèmes. Il est simplement de souligner tout ce qu'ils peuvent nous apporter. Les blogs Cgt, et ils sont nombreux, sont tous faits par des gens responsables. Derrière chacun des sites existants, des équipes réfléchissent, élaborent et prennent des décisions en commun. L'expérience est encore embryonnaire. Mais j'ai confiance dans ce que les salariés, les syndiqués et les syndicats peuvent en faire.

– **François Klein** : La blogosphère est dans la vie. Les sites et les réseaux sociaux sont dans la vie. Le syndicalisme et la Cgt qui le sont aussi doivent donc s'emparer de ce qui existe. C'est cette démarche qui nous a poussés à créer l'outil qui est le nôtre et à le populariser en grand. Nous allons continuer. Tout récemment, on a commandé à l'espace « communication » fédéral des chasubles avec l'adresse de notre site pour que, chaque fois que l'on est en manifestation, on se fasse connaître autrement ; que l'on donne aux gens les moyens de nous contacter. Puisque la Cgt a vocation à s'adresser à tout le monde, il nous faut investir ce moyen de communication qu'est la Toile pour diffuser de l'information là où des gens de tout âge et de tout horizon se rassemblent à toutes les heures du jour et de la nuit. ◀