

Chapitre

3

L'information syndicale :

multiple, foisonnante et sous tension

Stéphan Lepoutre¹

Introduction

Automne 1993: le service Presse et Information (francophone) soumet au débat des secrétaires des fédérations et des responsables francophones des centrales des propositions sur la politique de communication de la CSC. L'introduction du document en présente les nombreuses dimensions: «Chacun sait que la communication d'une organisation comme la CSC est globale et passe par toutes les dimensions de l'organisation, depuis le dynamisme du délégué dans son entreprise ou sa localité, jusqu'à l'identification du sigle et la visibilité de nos actions dans le grand public, en passant par la qualité de l'accueil dans les locaux syndicaux ou encore la formulation des communiqués de presse et la "présence" dans les médias. La communication de la CSC est également la résultante des différents courants qui traversent démocratiquement une organisation de masse affiliant et organisant des femmes et des hommes aux identités sociales, culturelles et professionnelles

certainement plus diversifiées que par le passé, tout comme sont multiples leurs motifs d'adhésion à l'organisation syndicale»².

Sont aussi évoqués quelques «champs de tension inévitables»: «Comment concilier en effet: une communication unifiante avec la rencontre de publics hétérogènes? la force de la cohésion d'une organisation interprofessionnelle avec le respect de l'autonomie et des identités régionales et professionnelles? une solidarité globale toujours à construire avec la rencontre des préoccupations quotidiennes et la satisfaction des intérêts particuliers?» L'histoire de la Confédération est continuellement traversée par ces tensions, celles-ci émergeant au travers de l'évolution des lignes éditoriales et des outils d'information et de communication syndicale. Ce chapitre a pour vocation de les retracer à gros traits par le biais de quelques publications phares de la CSC.

Traduire les orientations et la volonté de la CSC

Pour mener sa politique d'information et de communication, en 1978, la CSC crée pour ses affilié-e-s francophones un service de presse, d'information et de propagande, distinct du service de formation. Ce service rend compte de ses activités à différents niveaux: les instances nationales pour sa politique générale et sa participation à des publications et activités nationales; les responsables francophones de la Confédération et les instances de la CSC francophone, en ce compris les secrétaires fédéraux et les responsables francophones des centrales, pour l'hebdomadaire des affilié-e-s, la propagande et les publications (et autres activités) liées aux campagnes et actions de la CSC en Wallonie et à Bruxelles.

Le travail du service Presse, Information et Propagande ne consiste pas tant à exécuter des directives qu'à traduire au mieux les orientations et la volonté de la CSC en matière d'information dans des publications et autres démarches de communication. En ce sens, il dispose d'une réelle autonomie. Il apporte aussi ses compétences et son savoir-faire pour proposer des contenus pertinents et des outils aux affilié-e-s et militant-e-s, et aux organisations. Cela demande une «coopération», parfois conflictuelle, qui prend des formes variées, par exemple: l'aval des responsables des fédérations et des centrales sur les plans de travail, la consultation des organisations sur les campagnes (élections sociales, campagnes de mobilisation, de sensibilisation...) via la commission de propagande, d'accompagnement des élections sociales, ou autres, selon l'époque.

Ceci constitue en quelque sorte les coulisses de l'information et de la communication de la

CSC. Sur la scène, que s'est-il passé pendant la période étudiée? Voici une tentative de saisir le plus marquant. Elle laisse dans l'ombre divers aspects tels que l'édition de brochures, les réalisations audiovisuelles, l'organisation de manifestations et d'événements, l'accompagnement des campagnes et actions syndicales, en collaboration avec d'autres services de la Confédération, sans parler des coulisses des évolutions technologiques.

|| Avant les années 1980

«La préoccupation d'avoir des organes de presse intéressants, compétents, attractifs existe depuis l'origine du mouvement syndical. Il lui faut des instruments capables de véhiculer son idéologie, de diffuser ses informations vers les membres et de faire remonter celles de la base.»³ Lors de leur création au début du 20^e siècle, les fédérations de métier (qui deviendront par la suite des centrales) se mettent rapidement à publier leur propre journal. Ce sont les débuts d'une presse syndicale qui prendra très progressivement une dimension interprofessionnelle après la constitution de la Confédération en 1912. Son histoire est mouvementée, faite de créations et de disparitions de divers titres.

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, les affilié-e-s flamands reçoivent *De Volksmacht*, l'hebdomadaire du mouvement ouvrier chrétien en Flandre (devenu *Visie* en 1994), dont une partie du contenu est réservée au syndicat. En Wallonie, des secrétaires régionaux wallons et des propagandistes de centrales fondent, un peu avant la guerre, *Au Travail* asbl. Elle édite à Charleroi l'hebdomadaire *Au travail* qui devient l'organe des syndicats chrétiens. Il est diffusé

aux affilié·e·s ouvriers francophones. En 1952, *Au travail* déménage à Bruxelles.

À partir de la fin des années 1920, la CSC adresse aussi des publications à ses militante·s. Celles-ci donnent finalement naissance, en 1972, à *Syndicaliste CSC*, une édition nationale incluant des pages régionales. Le service syndical des femmes, mis en place après la Seconde Guerre mondiale, a son propre bulletin pour les militantes : *Vrouwen aan de arbeid* (1950-1981) et *Femmes au Travail* (avril 1966-1977). Parallèlement, la CSC réalise des émissions de radio et, à partir de 1971, de télévision.

À côté des publications générales de la CSC, paraissent des journaux et bulletins de centrales professionnelles comme *Le droit de l'employé* (CNE), *L'Ère nouvelle* (services publics), et des publications de fédérations régionales. À l'époque, la CSC compte aussi sur deux quotidiens pour rendre compte de l'actualité sociale, économique et politique « dans l'optique du mouvement » : *La Cité* et *Het Volk*. Il conviendra d'y revenir.

Le souci de l'unité et de la cohérence

Au début des années 1980, le service Presse, Information et Propagande présente comme suit les objectifs qui lui sont assignés. D'abord, assurer une couverture informationnelle large, souple et rapide des actions et positions de la CSC. Ensuite, multiplier les différents émetteurs et capteurs d'information. Enfin, diversifier le message syndical chrétien pour rencontrer la variété des attentes d'un public hétérogène, pour assumer comme une richesse les courants qui travaillent la CSC et pour élargir le champ d'influence du syndicalisme chrétien⁴.

L'assemblée de la CSC wallonne de décembre 1984 « Syndicalisme des années 80-90 » prend deux décisions dans cette perspective. Il s'agit,

d'une part, de réunir les responsables des publications francophones pour « assurer la coordination pour ce qui concerne les thèmes interprofessionnels et [...] proposer des mesures dans la perspective d'une unification des publications afin d'accroître leur efficacité à porter le mouvement tout entier ». D'autre part, chaque organisation de la CSC en Wallonie est chargée de développer une politique d'information en liaison avec le service Information de la CSC. Il est aussi question de mettre en place « des groupes de travail rassemblant adhérents, militants et permanents pour faire des propositions pour une meilleure politique d'information externe »⁵.

À un autre niveau, l'assemblée avance des propositions sur l'information comme ressource pour le travail syndical. Il est question d'organiser à destination des militante·s et des permanent·e·s un centre d'information sur les entreprises croisant différentes sources (locales, sectorielles et intersectorielles). Une initiative similaire serait destinée « au personnel des services Chômage et juridique des fédérations, aux permanents et aux militant(e)s de l'action syndicale des travailleurs sans emploi ; aux responsables pensionnés, prépensionnés et aux statuts précaires afin de permettre une mise en commun de l'ensemble des législations et des avantages sociaux réservés à ces groupes »⁶.

Le congrès de la CSC de 1987 « Continuer à construire ensemble » propose, parmi six axes de discussion, « une nouvelle pratique de la communication ». Un des constats de départ est que : « Ces orientations [du congrès de 1985] et les expériences nouvelles qui y sont liées ont montré la nécessité d'assurer une coordination étroite entre trois modalités d'intervention du syndicat, à savoir l'information, la formation et l'animation, sur lesquelles s'appuie l'action syndicale de tous les jours »⁷. Trois préoccupations sont mises en avant : garantir une information interne plus ouverte et mise en contexte, valoriser le travail syndical auprès de l'opinion publique et être attentif à l'opinion

publique⁸. La nécessaire synergie entre information, formation et animation est rappelée dans les résolutions du congrès de 1998⁹.

À partir des années 2000, le souci principal est de « donner plus de cohérence et d'efficacité à la communication ». Le congrès de 2002 « recommande l'élaboration d'une véritable politique nationale de communication à moyen terme », assortie d'objectifs opérationnels annuels¹⁰. Cette recommandation conforte le changement de cap donné en 1999 pour la campagne pour les élections sociales, qui devient nationale et commune à toutes les organisations (cf. infra). Sans doute cette politique nationale de communication est-elle un processus lent, puisque, en 2006, le congrès « charge plus particulièrement ce service [de presse et d'information] d'élaborer un plan de communication intégré, tant pour la communication interne que pour la communication externe ». Décision réitérée au congrès de 2010, notamment pour « offrir un contrepoids aux médias qui ne prêtent pas suffisamment attention à notre message en tant que syndicat, ou ne nuancent pas suffisamment notre position »¹¹.

Dans le même souci de cohérence, le congrès de 2002 plaide pour une complémentarité des médias édités par les centrales avec les deux hebdomadaires syndicaux : *Visie* et *L'Info*¹². Au congrès de 2006, les services de presse et d'information sont appelés à essayer de faire d'*Info* (et *CSC Info* en allemand) et de *Visie* un journal à destination de tous les affilié·e·s ou tout le moins à assurer une meilleure coordination des journaux existants.

La préoccupation pour la cohérence, nationale, dans la communication revient dans les résolutions du congrès de 2015 : « Nous améliorerons la visibilité et la cohérence de l'image de la CSC via les mesures suivantes : a. la création d'un réel style graphique maison uniformisé et appliqué de manière cohérente dans toutes les régions du pays afin de renforcer notre image, un sentiment d'appartenance et d'améliorer la confiance... »¹³. C'est donc surtout sur l'image graphique unifiée que la CSC compte pour faciliter l'identification à l'organisation. Les congrès de 2010 et 2015 inscrivent aussi dans les priorités le développement de l'Internet et des applications numériques.

De *Au travail* à *L'Info* : au centre, les affilié·e·s ou l'organisation ?

Un hebdomadaire qui reflète le monde du travail

Avec plus de 100 000 exemplaires distribués chaque semaine, *Au travail* est non seulement la source de l'information syndicale pour les affilié·e·s des centrales ouvrières de la CSC, mais il est aussi une vitrine de la CSC pour le monde extérieur. *Au travail* est le principal outil de la CSC pour informer de manière large, rapide et

systématique sur ses actions et positions, y compris dans leur dimension internationale. Il rend compte des conflits sociaux marquants, de l'actualité des centrales ouvrières et des fédérations régionales en matière d'action syndicale et de service aux membres. Particularité due à ses origines, il est financé via une part affectée de la cotisation de chaque affilié·e ouvrier francophone.

Si *Au travail* (et *Info CSC* à sa suite) apparaît comme le journal officiel de l'organisation, il

est aussi plus que cela. En 1986, un rédacteur écrivait : « *Info CSC* ne remplit pas seulement une fonction de moniteur. Il met aussi en lumière des aspects et des événements de la vie sociale que les médias traditionnels ne retiennent pas toujours nécessairement. [...] Les médias n'opèrent malheureusement guère de plongées au cœur des relations collectives et dans les arrière-fonds du social, là où les conflits et les problèmes, quoique de moindre envergure, n'en sont pas moins essentiels. Le rôle d'une presse syndicale est par conséquent de souligner de tels faits. Un hebdomadaire comme *Info CSC* révèle aussi des points de vue et des logiques qui appartiennent en propre au monde du travail et à ses organisations »¹⁴.

Quelle proximité avec les affilié·e·s ?

Au début des années 1980, la CSC porte une attention accrue à la variété des attentes d'un public syndical hétérogène, qui appelle à diversifier le message syndical pour élargir le champ d'influence du syndicalisme chrétien. Cette diversification est surtout lisible dans *Au travail*. L'hebdomadaire des affilié·e·s des centrales ouvrières « s'ouvre à un certain nombre de préoccupations qui n'étaient pas, au départ, nettement syndicales (consommation, nouvelles pauvretés, endettement des particuliers, cinéma, télévision, BD, etc.) »¹⁵.

Le service Information s'interroge à l'époque sur la pertinence de maintenir l'intitulé *Au travail* alors que le nombre d'affilié·e·s en chômage se maintient à un niveau élevé depuis plusieurs années. Après une large consultation, l'hebdomadaire paraît sous le titre *Info CSC* à partir de mai 1984. Avec le souci de « mieux capter le vécu, soigner sa présentation, aider et accroître l'efficacité et la cohérence syndicale, appuyer les campagnes de propagande »¹⁶.

Une du dernier numéro d'*Au travail*, 27 avril 1984.



Dans le même temps démarre la mise en place d'un réseau de responsables régionaux de l'information. Il doit contribuer à exprimer le vécu du monde du travail, axe fort de la politique rédactionnelle dans les années 1980. « La rédaction d'*Info CSC* a pu ainsi mieux prendre en compte les attentes diverses et spécifiques de ses publics et notamment la demande d'une information à caractère régional. Le rôle des responsables régionaux est primordial dans le développement de cette orientation »¹⁷. Au début des années 2000, ce réseau connaît des difficultés: les pages consacrées à la vie des centrales professionnelles et des fédérations régionales « ont longtemps fonctionné avec des collaborateurs régionaux qui collaboraient à l'*Info* depuis leur centrale ou leur fédération. Au cours des deux dernières années, le nombre de ces correspondants a diminué, rendant le relais moins immédiat »¹⁸.

En mars 2002, après deux enquêtes auprès des lecteurs, *Info CSC* devient *L'info*, « journal d'informations sociales et citoyennes ». La rédaction met en avant l'affilié-e qui « plus encore que par le passé, devient l'objet et la cible de toute l'attention [...] »¹⁹. C'est une nouvelle étape dans une évolution entamée cinq ans plus tôt. Au printemps 1997, en effet, *Info CSC* avait adopté une nouvelle formule graphique, accompagnée d'une relative diversification du contenu, avec l'apparition de rubriques télé, santé, consommation, etc. Il était question de « développer une philosophie de "produit" de manière à consolider le titre comme un journal associatif de référence »²⁰.

Rapprochement sans unification

Coordonner les périodiques destinés aux affilié-e-s, voire les unifier: la question est à l'agenda dès les années 1980. En décembre 1984, l'assemblée de la CSC wallonne annonce des initiatives pour préparer une unification des publications. Les résultats restent modestes; en 1984-1985, « chaque mois, dans le cadre d'un contrat de collaboration, le Syndicat chrétien des communications et de la culture reprend dans *Le Bon Combat* le dossier mensuel d'*Info CSC* »²¹. Les tentatives menées dans les années suivantes pour unifier la presse syndicale n'aboutissent pas.

Fin 1993, à l'issue d'une enquête interne sur la politique de communication, l'unification des périodiques destinés aux affilié-e-s s'avère impossible car elle « se heurte à l'opposition de certaines centrales 'mensuelles' »²². À l'époque, *Info CSC* est tiré chaque semaine à 200 000 exemplaires tandis que les périodiques des centrales non ouvrières représentent un total de 160 000 exemplaires chaque mois. Le service Presse et Information est alors chargé de proposer d'autres pistes pour diffuser une information interprofessionnelle commune à tous les affilié-e-s²³. Finalement, c'est la publication de dossiers communs qui sera retenue comme la seule formule politiquement acceptable et financièrement supportable. Ces dossiers portent, par exemple, sur la défense de la sécurité sociale, l'Europe sociale ou les secteurs non marchands. Une centrale ira plus loin: les affilié-e-s de Transcom rejoignent les abonné-e-s à l'*Info*. À partir de mai 2005, la collaboration de l'*Info* avec les journaux des centrales non ouvrières se concrétise deux fois par an dans une édition commune à tous les affilié-e-s francophones, diffusée sous le titre de chacun des périodiques²⁴. Cette formule se poursuit au moins jusqu'en 2010.

Outiller les militantes et militants : *Syndicaliste CSC*

Syndicaliste CSC naît en 1972 de la fusion de deux publications destinées aux militante-s: le *Bulletin CSC*, bimensuel traitant de l'actualité syndicale et des positions de la CSC, et *Le conseiller d'entreprise*, qui s'adressait aux élu-e-s CSC dans les entreprises. Il est publié en français et en néerlandais. « Dès le départ, il fut convenu de mettre l'accent tour à tour sur des problèmes spécifiques de l'entreprise et sur les problèmes syndicaux interprofessionnels »²⁵. De ce fait, l'édition du 10 du mois était essentiellement consacrée à l'action dans l'entreprise et celle du 25 du mois, centrée sur l'action interprofessionnelle, et ce jusqu'en 1997. L'abandon de cette distinction formelle n'a pas empêché de maintenir un équilibre entre ces deux dimensions.

Avec *Syndicaliste CSC*, la CSC veut soutenir les militante-s dans leurs différentes missions: « Il s'agit de fournir aux délégués toutes les données nécessaires à la participation aux débats et aux décisions au plan interprofessionnel, de fournir les outils nécessaires à l'action syndicale dans l'entreprise, au plan local et dans les régions » et cela pour « construire sans cesse une action syndicale plus dynamique et mieux adaptée aux évolutions des techniques, de l'économie et de la société »²⁶. Une telle publication nécessite des collaborations étroites avec plusieurs services de la Confédération, en particulier le service Entreprise, le service d'études et les services de formation.

Dès les années 1970, *Syndicaliste CSC* publie, en général sous forme de numéros spéciaux, des éditions qui deviendront des rendez-vous réguliers du bulletin des militante-s: le *Guide de législation sociale* dès 1975, qui deviendra annuel à partir de 1989; *Connaître la CSC*, d'abord paru en 1977 sous le titre *Manuel pour*



Cher Militant,

Nous ne sommes probablement pas les seuls à présenter nos meilleurs vœux pour l'année nouvelle.

Ce mois de janvier semble être le moment indiqué pour se débarrasser de la poussière du passé et pour regarder l'avenir avec espoir. C'est le mois des bonnes intentions, des vœux, des plans, du renouveau. Nous profitons de cette période pour modifier l'orientation de notre Bulletin. A diverses reprises on nous a demandé de rendre l'information destinée aux militants plus lisible, plus pratique et plus adaptée. Le renouvellement du Bulletin doit dès lors être considéré comme un effort de notre part pour répondre à vos vœux mais aussi comme une preuve de considération pour votre travail de tout les jours, pour votre engagement.

« Syndicaliste C.S.C. » doit devenir un Bulletin des militants et en faveur des militants.

Le langage parlé est important, mais l'information écrite gardera sa première place. Nous ne désirons pas une information unilatérale; au contraire elle doit être **un échange réciproque** entre militants et responsables et entre responsables et militants. C'est dans cette optique que nous avons remplacé le titre « Bulletin C.S.C. » PAR LE TITRE PLUS DYNAMIQUE « Syndicaliste C.S.C. ».

Nous espérons que « Syndicaliste C.S.C. » soit pour vous un guide sûr et une aide précieuse et utile dans les services indispensables que vous rendez à la C.S.C. tant dans la section que dans l'entreprise.

Votre Président,
J. HOUTHUYS

**Introduction de Jef Houthuys
au premier numéro de
Syndicaliste CSC, n° 1,
15 janvier 1972, p. 3.**

l'action syndicale et réédité tous les quatre ans à l'approche des élections sociales, tout comme le guide pratique *Rôle et compétences du comité pour la prévention et la protection au travail, du conseil d'entreprise et de la délégation syndicale*.

Syndicaliste CSC joue aussi un rôle central dans la préparation et le suivi des congrès de la CSC. Il publie les documents de travail préparatoires, ainsi que les résolutions approuvées (dès 1974). Il propose aussi des articles explicatifs sur les problématiques abordées et des interviews d'équipes syndicales pour les illustrer. Il est mis à contribution de la même manière à l'occasion des assemblées et des congrès des comités régionaux et communautaires de la CSC.

Syndicaliste CSC, devenu *Syndicaliste* en 2002, connaît plusieurs changements de format, de

maquette, d'organisation des rubriques, et ce au service de son rôle d'outil pour l'action des délégué-e-s et militant-e-s. Dans les années 2010, la formule évolue davantage vers le magazine, avec des collaborations rédactionnelles avec *l'Info*.

Syndicaliste CSC fait plus qu'informer, il soutient les campagnes de la CSC. On pense aux campagnes pour les élections sociales, dans lesquelles il propose au fil du temps une gamme de plus en plus large d'outils pour recruter des candidate-s et pour mener la campagne électorale au niveau de l'entreprise. Il y a aussi les campagnes de sensibilisation et d'action menées par la CSC. À titre d'exemple, relevons l'Opération « Marguerite », en 1988, et la campagne « Travail décent » entre 2008 et 2010, qui témoigne aussi de l'attention pour la dimension internationale de l'information syndicale



Page de couverture de :
« Guide de législation sociale », *Syndicaliste*,
n° 718, numéro spécial,
10 avril 2010.



La campagne « Travail décent » : soutenir l'action sur le terrain



Affiche de campagne sur le travail décent, (2009).
(CARHOP, coll. affiches, n° 2283)

À l'automne 2008, une large coalition regroupant les syndicats et de nombreuses organisations non gouvernementales annonce une campagne de deux ans en faveur d'un travail décent partout dans le monde. Un salaire qui permet de vivre décemment, le droit à une protection sociale, la liberté d'association sont les principaux piliers du travail décent. Tout au long de la campagne, *Syndicaliste* informe les délégué-e-s et militant-e-s sur les enjeux de la campagne et sur les outils mis à leur disposition pour y participer activement. Dès février 2009, il présente le calendrier des actions concrètes : signature de « cartes d'action », négociation dans les entreprises sur un code de conduite, interpellation des employeurs.

Au fil des mois, le *Bulletin des militant-e-s de la CSC* suit les étapes de la campagne : article en mars ; numéro spécial en mai, temps fort de la campagne, avec des articles sur la problématique, des entretiens avec des délégué-e-s, des informations pratiques sur les actions proposées. Un premier bilan est dressé dans une édition de septembre qui

annonce aussi la campagne d'automne. Celle-ci est menée sous le slogan « Travail décent : Enfoncer le clou » ; elle est développée dans un numéro d'octobre 2009. La campagne est suivie jusqu'à son terme et même au-delà : *Syndicaliste* publie un dossier « bilan » en octobre 2010.

Documenter les permanent·e·s

« **Q**ue ce soit pour l'animation collective ou pour le service aux membres, ou pour faire le lien entre ces deux tâches, le permanent doit maîtriser une masse croissante d'informations, les traiter, les diffuser. »²⁷ Pour ce faire, à partir de janvier 1973, la CSC édite à leur intention un bulletin hebdomadaire : *Telex*. Il publie essentiellement des notes du Bureau national sur l'actualité socio-économique, politique et syndicale. Une annexe occasionnelle, *Telex-Info*, reproduit des réglementations nouvelles liées au travail des permanent·e·s. À partir de 1989, à la suite de la suppression du *Vademecum de législation sociale* (recueil de législation avec système de mises à jour), remplacé par le *Guide de législation sociale annuel*, *Telex* intègre et développe une importante rubrique juridique, tandis que *Telex-Info* disparaît.

Publication très austère à l'origine, *Telex* connaît des transformations de forme. Son contenu s'adapte aux nécessités de la politique syndicale. À certains moments, les positions et programmes de la CSC dominent, par exemple, lors de la préparation des négociations interprofessionnelles ou lors de la mise en place d'un nouveau gouvernement. À d'autres, des dossiers sur des nouvelles législations prennent le dessus. La fréquence de parution fluctue en fonction de l'actualité syndicale et sociale.

Dans les années 1983-1984, le service Information francophone met aussi en chantier le traitement informatisé des textes de la *Farde du permanent*. Publiée en 1982, celle-ci rassemble « l'ensemble des documents qui concourent à caractériser la CSC en Wallonie : quel est son programme ? Son organisation ? Les valeurs sur lesquelles elle fonde son action ? Sa conception du travail à la base ?

Le rôle du permanent interprofessionnel ? L'effort de consolidation à entreprendre à tous les niveaux de l'organisation ? »²⁸. L'outil qui est développé est le réseau informatique créé par la CSC wallonne pour la gestion du paiement des allocations de chômage. À côté du programme « chômage » se construit le Système (informatisé) d'information et de recherche documentaire pour les PERmanents (sous le nom de PERDRIS). Il met progressivement à disposition des permanent·e·s dans les 58 points du réseau informatique wallon, la documentation utile pour le travail d'information, de service et d'animation (positions syndicales, études, statistiques, montant des allocations sociales, etc., y compris le bulletin d'information *Telex*). Le système est développé jusqu'à la fin des années 1980. Il disparaît avec le réseau informatique wallon, suite à la mise en place d'un réseau informatique national. PERDRIS est en quelque sorte le précurseur de l'intranet, qui verra le jour une dizaine d'années plus tard.

C'est à partir de fin 1999 que *Telex* est mis à disposition sur l'intranet, tous les permanent·e·s étant alors équipés d'un ordinateur. L'utilisation croissante du courrier électronique accélère les communications vers les permanent·e·s. En 2002, l'édition papier de *Telex* disparaît. L'intranet CSC devient alors le vecteur de l'information des permanent·e·s. Il s'enrichit de nombreux dossiers et de bulletins d'information, par exemple sur les négociations interprofessionnelles et sur les élections sociales, et aussi sur « Horizon », le programme de gestion des allocations de chômage. Ce dernier sera ensuite l'objet d'un site spécifique sur l'intranet, « pour harmoniser la communication interne dans le cadre de ce projet »²⁹.

A tous les Permanents,

La C.S.C. Wallonne prend une place de plus en plus importante tant à l'intérieur de la C.S.C. Nationale dans son ensemble que dans l'opinion publique et les travailleurs de Wallonie, des Flandres et de Bruxelles.

Ce 27 février 1981, il y aura deux ans que le Comité Régional Wallon de la C.S.C. a été installé.

Des dizaines de milliers d'emplois ont été perdus en Wallonie au cours des dernières années. Chaque jour des emplois et des entreprises disparaissent.

La plupart des secteurs d'activité de la région ont été touchés, qu'il s'agisse du verre, du papier, du textile, de la confection, des constructions métalliques ou de la sidérurgie.

Demain il nous faudra affronter les pertes d'emploi résultant des applications de l'électronique et de la robotique. Il faudra que nous puissions protéger nos conquêtes sociales et démocratiques, réaliser le partage du travail, intégrer socialement les sans emplois, etc...

La farde qui vous est adressée personnellement vient bien à son heure.

Elle met à votre disposition, dans une présentation soignée et pratique, l'ensemble des documents qui concourent à caractériser la C.S.C. en Wallonie : quel est son programme ? son organisation ? les valeurs sur lesquelles elle fonde son action ? sa conception du travail à la base ? le rôle du permanent interprofessionnel ? l'effort de consolidation à entreprendre à tous les niveaux de l'organisation ?

Chacun d'entre-nous est concerné par le développement de la C.S.C. en Wallonie. Nous devons construire tous ensemble un Mouvement cohérent qui fasse pièce aux stratégies patronales de division du monde du travail.

Nous devons demander, et obtenir, de l'Exécutif Wallon que des alternatives soient développées vers une société plus juste et plus démocratique.

Il est grand temps de se serrer les coudes, la farde ci-après en indique bien le pourquoi, notre travail quotidien en fera le Comment !

R. D'HONDT.

Introduction de Robert D'Hondt, *Farde du permanent*, s.d.

Au début des années 2010, la communication interne est analysée et un nouvel objectif s'ajoute aux buts traditionnels : « Améliorer la circulation de l'information et la communication pour obtenir l'adhésion du personnel »³⁰. Cette communication interne « se focalise sur les informations vitales pour le bon fonctionnement de l'organisation ».³¹ Deux initiatives sont prises à destination du personnel : une page intranet « Le monde change, nous aussi » et, à partir de décembre 2012, la lettre d'information électronique « Double clic ».

Dans les années 2010, la CSC crée un bulletin pour informer permanent·e·s et délégué·e·s sur les négociations interprofessionnelles. D'abord intitulé *AIP-news* puis *G10-news*, il devient *CIP-news* (nouvelles de la concertation interprofessionnelle). « Ce bulletin d'information est destiné à n'être diffusé qu'en interne, au sein de la CSC. Il ne doit pas être diffusé à tous vents. Pour nous, impliquer nos délégués dans la concertation interprofessionnelle dès ses débuts fait partie de la démocratie interne telle que nous la concevons. »³²

Forger l'image de la CSC pour les élections sociales et au quotidien

La préparation du 100^e anniversaire du syndicalisme chrétien (1986) est l'occasion pour la CSC de s'interroger sur la façon dont elle est perçue par ses affilié·e·s et dans l'opinion publique. La CSC francophone commande une étude d'opinion qualitative à l'INUSOP, l'Institut universitaire de sondage de l'opinion publique. L'étude montre notamment qu'en période de mutation, « il est reconnu que la CSC est adaptée à ces changements et qu'elle apparaît comme ouverte, positive, préférant la négociation et la concertation comme moyen d'action ». C'est le

point de départ d'une « pratique permanente de marketing social dans le sens du rapprochement avec nos publics syndicaux »³³. La campagne des élections sociales de 1987 s'inscrit dans cette ligne, sous le thème « CSC. La voix qu'on écoute », décliné en trois slogans : « D'abord construire », « Responsable » et « Solidaire ». Dans la foulée et suite aux bons résultats aux élections sociales, la CSC francophone mène une campagne pour recruter de nouvelles et nouveaux affilié·e·s ; c'est l'« Opération Marguerite », soutenue par une large mobilisation.



Opération « Marguerite » : l'information au service d'une campagne d'affiliation



« Guide de
législation
sociale »,
Syndicaliste,
n° 718, numéro
spécial,
10 avril 2010.

Lors des élections sociales de 1987, la CSC francophone se renforce dans les entreprises. Sur cette lancée, elle décide, après consultation des centrales et des fédérations, une campagne de recrutement. La Commission de propagande élabore un plan de campagne qui vise en particulier quatre publics : les travailleurs et travailleuses des PME, des services publics (en ce compris les enseignant-e-s), les « sympathisant-e-s » (c'est-à-dire les non affilié-e-s qui ont voté pour la CSC aux

élections sociales) et les sans-emploi. Pendant l'automne 1987, des groupes de travail, qui impliquent des services de la Confédération et des centrales, définissent les démarches spécifiques à mener vers chacun de ces publics. Le thème : « Pour vous, par vous, partout – la CSC, vous y êtes. » Et le lien se fait avec la campagne d'année des Femmes CSC sur l'égalité.

Le service Information conçoit les outils généraux et spécifiques de propagande « à l'intention des publics visés d'une part, et d'autre part, des différents acteurs de la campagne : permanents, personnel assurant les services aux membres, délégués et militants, affiliés ». Car il s'agit bien de mobiliser toute la CSC francophone. « Dans chaque région, la commission régionale de propagande ou un groupe de travail *ad hoc*, (est) chargé d'animer la campagne et de l'adapter aux spécificités locales »³⁴. La FEC élabore un programme-type de formation à la méthodologie du recrutement et de la fidélisation.

À la veille du lancement de l'Opération « Marguerite » en février 1988, une édition spéciale de *Télex*, le bulletin d'information des permanent-e-s, est diffusée ; elle est aussi mise à disposition du personnel des services syndicaux. Tous les périodiques syndicaux participent à l'opération de mars à juin. *Info CSC* y consacre sa une et un dossier début mars, ainsi qu'une page dans les numéros suivants jusqu'en juin. Les périodiques des affilié-e-s des centrales non ouvrières la présentent en mars-avril 1988. *Syndicaliste CSC* propose un dossier sur la campagne lors de son lancement et des interviews de militant-e-s dans les éditions suivantes.

Dans son rapport d'activité 1987-1988, la CSC constate : « En attendant les résultats d'une évaluation approfondie de l'Opération « Marguerite », on peut dès à présent constater que la campagne a donné lieu dans de nombreuses régions à des réunions d'information, des animations dans les zonings, files de pointage³⁵, etc. »³⁶.

Au fond, pourquoi « Marguerite » ? Pour symboliser « un accueil, une fraîcheur, une certaine qualité de communication entre personnes », « Marguerite », cette fenêtre ouverte sur le monde du travail aujourd'hui, ce coup de fraîcheur, ne peut qu'être salubre pour tous »³⁷.

La CSC poursuit la réflexion sur son image et sa communication : en 1991, elle commande une nouvelle recherche au CECOM, Centre d'études en communication de Louvain-la-Neuve³⁸. Sur cette base, elle consulte ses organisations en 1992-1993. Elle garde une approche souple, dans la mesure où, à chaque élection sociale, moment fort de la propagande, l'image et les slogans sont construits sur les priorités du moment. En 1991, c'est le rôle des délégué-e-s, « pièces maîtresses du puzzle social ». En 1995, ce sont l'emploi et le développement régional : « Ma préoccupation

n° 1 : l'emploi. Une bataille à gagner ensemble ». Ces campagnes pour les élections sociales sont menées sur des thèmes et avec des slogans propres à la CSC francophone tout au long des années 1980 et 1990. Entretemps, le recours à des agences de conseil en communication pour ces campagnes est devenu systématique, non sans difficulté : en 1994-1995, les divergences de vue sont telles que la CSC met fin aux services de l'agence et s'appuie sur ses compétences propres pour construire la campagne. Changement de cap en 1999 : « Pour les élections sociales de



Plan de mobilité ou bon plan ?

Un contrat fixe, c'est pour quand ?

Comment concilier vie privée et travail ?

Négociez-vous avec la bonne personne ?

Vous faites comment à la fin du mois ?

Économiser sur les emplois ou les dépenses d'énergie ?

Votre travail est-il adapté à votre âge ?

La sécurité d'emploi, ça existe encore ?

Votre entreprise prend-elle la formation au sérieux ?

Et au boulot, vous vous sentez en sécurité ?

L'égalité au boulot, une réalité ?

Trop de stress au boulot ?

2 Notre boulot défendre le vôtre 

mai 2000, l'option a été prise de mener une campagne nationale, commune à toutes les organisations, dans toutes les régions du pays.»³⁹ À partir de 2004, le slogan de base « Notre boulot, défendre le vôtre » est repris à chaque élection. Il est décliné sous une dizaine de thèmes liés à l'action syndicale dans l'entreprise.

Quelle image commune la CSC veut-elle mettre en avant ? Elle est « essentiellement déterminée par les actions que nous menons, le programme que nous défendons, nos prises de positions et les services que nous rendons à nos membres ». La CSC veut se positionner « comme un syndicat moderne et efficace ». Elle ne ménage pas ses efforts « pour améliorer 'le style maison'. À ce jour, bon nombre de publications interprofessionnelles et professionnelles

suivent un même concept graphique. Cette cohérence permet bien entendu de mieux identifier la CSC et d'accroître ainsi son rayonnement »⁴⁰. Le style maison ne s'applique pas qu'aux publications : « Pour renforcer le style maison de la CSC, du nouveau matériel (tente, stand de salons, drapeaux, manteau quatre-saisons...) a été mis à la disposition des organisations »⁴¹. Les concepts d'image de marque et de style maison sont particulièrement mis en avant en Flandre⁴². Dans les années 2010, la question de l'image de marque est soulevée à propos du recrutement et de la fidélisation des membres : « Au sein du groupe de communication national 'membres', un groupe de travail se penche depuis quelque temps sur l'image et le marketing. Des propositions de nouvelles initiatives dans ce domaine sont en discussion »⁴³.

Occuper l'espace médiatique

|| Un enjeu stratégique

La presse syndicale occupe une place particulière dans l'espace médiatique francophone belge. Elle est en effet associée à une presse d'opinion particulière qui vise à accroître l'impact de l'action syndicale en termes de transformation de la société. Au début des années 1980, la CSC a bien conscience qu'elle doit mener une communication de masse : « La crise a rendu surtout nécessaire l'exposé des thèses et des options syndicales à l'opinion publique ». Le service Presse assure donc une présence soutenue auprès des journalistes de la presse écrite, parlée et télévisée, en développant des contacts personnalisés et en faisant la promotion des dossiers syndicaux. Parallèlement, et à la demande, il accompagne les organisations et les services qui souhaitent « promouvoir leurs activités auprès de l'opinion publique par le canal des organes de presse

externes au mouvement ». Toutes les organisations de la CSC francophone n'entendent toutefois pas occuper l'espace public avec la même intensité. Si une infrastructure d'analyse et de réflexion consacrée aux relations de la CSC avec l'opinion publique est mise en place, le service regrette « que ce soit généralement les mêmes organisations qui manifestent un réel intérêt à soigner leur présence auprès de l'opinion publique »⁴⁴.

|| Multiplier la prise de parole

En entreprise...

Les syndicalistes multiplient les prises de parole sur des questions soit d'entreprise, soit sectorielles, soit interprofessionnelles, en



entreprise, d'abord, avec un écho médiatique plus ou moins important. La mobilisation syndicale au sein de Fabelta est exemplative à ce propos. En 1981, le gouvernement belge refuse d'accorder les subsides nécessaires à la survie de cette entreprise textile installée à Tubize, employant 500 personnes, et la condamne à la fermeture. Un des cadres se suicide sur son lieu de travail. Les travailleurs et travailleuses débrayent et occupent l'usine; les Forges de Clabecq manifestent alors leur solidarité. Trois journalistes de la Radio-télévision belge francophone (RTBF), rôdés à la couverture médiatique des mouvements sociaux, consacrent un format d'une cinquantaine de minutes intitulé *Fabelta vivra!*, dans le cadre de l'émission à suivre. Y interviennent notamment Raymond Coumont, alors secrétaire fédéral de la CSC Brabant wallon, et Jean Devillé, permanent de la centrale du textile⁴⁵.

À destination d'un large public

Sur les plateaux télévisés et en radio, ensuite. La montée en puissance continue du petit écran

Un autre exemple de prise de parole : assemblée durant la grève générale, Liège, 26 novembre 1993.

(CARHOP, fonds CSC – service Presse)

comme canal d'information et de modulation de l'opinion publique incite la CSC à outiller ses dirigeant-e-s et ses militant-e-s à cette fin, ainsi qu'à calibrer le discours syndical. Dès le milieu des années 1980, le service Presse note qu'« un phénomène assez nouveau se développe sur le terrain de l'action syndicale. Les "praticiens de base" ressentent le besoin de débattre de l'information, pour mieux cerner les enjeux qu'elle représente ». Des sessions d'animation sont donc organisées avec un certain succès et incitent à déployer une méthode de travail⁴⁶. Dans les années 1990, le service Presse organise à l'intention des dirigeants de la Confédération des formations à la communication et à l'expression devant les médias, en collaboration avec la FEC⁴⁷. Avec quelle intensité les dirigeants syndicaux interviennent-ils sur les plateaux télévisés et en radio ? Comment se répartissent-ils la prise de parole (ex : répartition entre le secrétaire général et le président) ? Répondre à ces questions est un chantier à part entière et nécessiterait des recherches approfondies sur le long terme. Sans pouvoir présumer qu'il s'agit d'une situation applicable à d'autres périodes, l'Observatoire belge des inégalités dresse un tableau où la présence syndicale est particulièrement faible sur les radios de la RTBF ; en 2014-2016 ; elle est même inférieure au taux d'interventions patronales et, *a fortiori*, à celle des hommes et femmes politiques, qui reste prépondérante⁴⁸.

Par ailleurs, la CSC est elle-même productrice de contenus pour les médias à large diffusion. En 1984-1985, elle produit cinq à six émissions télévisées par an, qu'elle diffuse sur les antennes de la RTBF et qu'elle utilise lors des rencontres d'étude et de formation : il s'agit d'émissions concédées par la RTBF dans le cadre de ses missions de service public, une politique qui est menée, pour la télévision, depuis 1971⁴⁹. Cette pratique des émissions concédées ne va pas de soi. En 2004-2006, la CSC fait le constat du manque d'attention accordée aux émissions concédées par les responsables de la RTBF.

En effet, ces programmes étaient plus vécus comme une épine dans le pied de la chaîne de service public que comme une véritable occasion d'affirmer ses devoirs de service public. Suite à l'insistance et à plusieurs démarches entreprises par les associations, le dialogue a enfin pu être renoué avec la RTBF. De celui-ci est né le projet de refonte des émissions sous un seul label commun : le magazine *Opinions*. En radio, *Socialement Vôtre* traite des moments importants de la vie syndicale tous les quinze jours, dans un format de sept minutes⁵⁰.

Dans la presse d'opinion

Face aux médias télévisés et radiophoniques, la presse écrite reste une importante caisse de résonance de l'action syndicale. Outre les journaux bien installés dans le paysage médiatique francophone comme *Le Soir*, *La Libre Belgique*, *Vers l'Avenir*, etc., le syndicalisme chrétien est doté d'un canal privilégié avec le journal *La Cité*⁵¹. Né en 1950, celui-ci a pour vocation d'exprimer la voix des travailleurs chrétiens wallons dans un espace médiatique francophone trusté par une presse soit conservatrice, soit neutre, soit régionaliste, soit socialiste. À l'époque, les démocrates-chrétiens flamands disposent déjà de leur propre organe de presse depuis près de 60 ans, avec le journal *Het Volk*, créé en 1891 et devenu le journal de l'ACW en 1935⁵². Que le MOC et ses organisations constitutives en disposent d'un devient une évidence. Au début des années 1980, *La Cité* est déjà en déclin, ne dépassant pas les 14 000 exemplaires journaliers. Son format et sa structure sont révisés à plusieurs reprises ; en 1987, le quotidien devient un hebdomadaire ; plus d'une fois, il est proche de disparaître, jusqu'à sa liquidation en 1995, soit quelques mois après que l'ACW ait, pour sa part, vendu *Het Volk*.

La Cité est un journal d'opinion de centre-gauche qui invite ses lecteurs et lectrices à une lecture critique et participative et qui, sans méconnaître les liens fondateurs avec le mouvement ouvrier chrétien, assume une indépendance rédactionnelle de ses journalistes par rapport au MOC et



HEBDOMADAIRE N° 47 / 8^e année - 95 F. - Semaine du 23 au 29 novembre 1995 - Bureau de dépôt Bruxelles X

Page de couverture de *La Cité*, un journal qui traite des enjeux socio-économiques, 23-29 novembre 1995.
(*La Cité*, 23-29 novembre 1995)

à ses organisations constitutives qui en sont pourtant d'importants bailleurs de fonds. Si elle est un journal généraliste, elle ne consacre pas moins une large part de son information aux luttes sociales, à la situation économique, aux politiques gouvernementales, aux positions syndicales, jusqu'à sa disparition en 1995. Les exemples ne manquent pas. La défense d'une protection sociale forte, fondée sur les droits et la solidarité nationale, puis fédérale, est ainsi une revendication récurrente du journal. Autre exemple, à la veille des élections législatives de 1995, il va jusqu'à émettre une recommandation de vote à peine voilée contre les libéraux et en faveur du centre-gauche; la coalition associant les sociaux-chrétiens et les socialistes sera un soulagement.

L'indépendance rédactionnelle du journal n'empêche pas la CSC d'être particulièrement impliquée dans le journal, notamment parce que Robert D'Hondt en est le président du conseil d'administration et qu'il doit en gérer les importantes difficultés financières. Josly Piette lui succèdera à la tête de l'organe de presse. Cette même indépendance rédactionnelle fut parfois bousculée par des tentatives d'intervention de la part de Jef Houthuys, avant ou après la parution de certaines informations, ou par des chantages de responsables locaux et de militant·e·s de base qui monnaient leur abonnement contre la publication des annonces qu'ils envoient au journal. Il s'agit toutefois d'exceptions dans une dynamique de confiance, de collaboration et d'échanges d'informations avec le MOC et ses organisations constitutives. Cependant, au fil du temps, certaines centrales de la CSC, dont la CNE, sont de moins en moins disposées à soutenir financièrement le journal et à consacrer une partie des cotisations de leurs affilié·e·s, contribuant à le condamner à disparaître définitivement.

La disparition de *La Cité* contribue probablement à affaiblir la caisse de résonance du combat syndical chrétien dans l'espace public. Les congrès successifs des années 2000 ont en

commun de déplorer le manque d'attention des médias au message syndical ou l'absence d'approche nuancée de leur part vis-à-vis de la position de la CSC. En fait, il semble que les organes de presse disposent de moins en moins de journalistes capables de décrypter l'action syndicale. Dans le rapport d'activité de 2002-2004, les services de presse de la CSC constatent qu'ils « entretiennent des relations constructives avec les journalistes des différents médias. Un petit noyau de journalistes s'est spécialisé dans l'information socio-économique; ils suivent nos conférences de presse et relayent nos actions, ils nous téléphonent régulièrement pour obtenir l'information. Ils maîtrisent les matières sociales et utilisent de manière responsable les informations demandées. Toutefois, les rédactions qui disposent d'un spécialiste en information socio-économique sont de moins en moins nombreuses. Le "journaliste de service" est censé s'y connaître dans tous les domaines. La polyvalence est aujourd'hui de plus en plus exigée, ce qui permet de moins en moins aux journalistes de s'investir à fond dans une matière aussi complexe que le social. Les services de presse sont donc de plus en plus souvent amenés à fournir des informations "de base" afin de permettre au journaliste de bien comprendre l'ensemble de la matière concernée ». Conséquence, les services Presse, du côté francophone et néerlandophone, doivent organiser des formations à destination des journalistes sur des matières telles que la sécurité sociale⁵³.

Aperçu de quelques titres de la presse dite « d'opinion » en Wallonie et à Bruxelles (1985-2001)

Titre	Tendance	Date de fin
<i>Le Drapeau rouge</i>	Communiste	1991
<i>La Cité</i>	Démocrate-chrétienne	1995
<i>La Wallonie</i>	Métallurgistes de la FGTB de Liège (journal syndical)	1998
<i>Le Peuple</i>	Socialiste	1998
<i>Le Matin</i> (fusion de <i>La Wallonie</i> et du <i>Peuple</i>)	Gauche au sens large	2001

L'action syndicale reste néanmoins incomprise des rédactions, quand elle n'est tout simplement pas contestée dans sa légitimité. En 2012, le sociologue Daniel Zamora pointe ainsi le « front commun » des journaux francophones qui stigmatise la grève menée par les syndicats à la fin de 2011, en réaction à un accord gouvernemental conclu sous la houlette du socialiste Elio Di Rupo. Tous rencontrent la nécessité de réformes, dénoncent la future mobilisation syndicale comme irrationnelle, inutile et contre-productive, bref une « grève pour rien », sans même prendre la peine d'analyser les mesures du gouvernement Di Rupo, conclut le sociologue⁵⁴.

Jusqu'à l'espace numérique

À partir du milieu des années 1990, la CSC investit l'espace d'information numérique. Au cours de la période 1994-1996, elle expérimente une page CSC sur Internet. Le 30 mars 1998, elle ouvre son site Internet, sur lequel elle se présente en cinq langues et met à disposition un certain nombre d'informations à destination d'un public généraliste (ex: communiqués de presse), des fédérations et des centrales professionnelles. Les organisations disposent désormais d'une adresse électronique et d'une fonction e-mail, jusqu'alors utilisée avec parcimonie pour

la transmission d'informations⁵⁵. Une quinzaine d'années plus tard, ils sont en moyenne 100 000 visiteurs à consulter le site Internet de la CSC, chaque mois, pour s'affilier, commander des publications, poser des questions... Des sites Internet spécifiques à des actions telles que les campagnes, sont également mis en ligne.

Parallèlement, les services de presse et d'information diffusent sur des plateformes numériques des formats courts destinés à permettre « une meilleure viralité de nos contenus auprès des utilisateurs du web 2.0. ». Les codes de la diffusion de l'information évoluent sensiblement : des effets d'annonce (teasing), suivre les événements en direct sur les réseaux sociaux et publier des contenus détaillés (photos et vidéos) sur les sites Internet. D'autres pratiques, comme les conférences de presse, tombent en désuétude et sont réservées aux temps forts de la CSC⁵⁶. Véhicule de communication, le numérique sert aussi de simple outil à destination des affilié-e-s et des militant-e-s : création de simulateurs, canevas de flyers pour les délégué-e-s en entreprise, etc.



Visibiliser et soutenir les actions et animations des groupes spécifiques

Le souci de visibiliser et de soutenir l'action des groupes spécifiques traverse les époques et se retrouve dans toutes les productions du service Information. Quelques exemples. Fidèle à deux objectifs de l'information syndicale dans les années 1980, « capter le vécu des gens » et apporter le soutien aux campagnes interprofessionnelles, *Info CSC* veille à « la mise en évidence permanente de l'action des services spécifiques de la Confédération (jeunes, femmes, sans emploi, migrants) »⁵⁷. Dans les années 1980, *Au travail* et ensuite *Info CSC* publient régulièrement des articles qui présentent l'actualité du service syndical des femmes ; ils traitent une série de questions autour du travail et des revenus féminins (discrimination, égalité salariale, chômage, temps partiel...), œuvrant ainsi à la sensibilisation des lecteurs et lectrices. Le mouvement Jeunes CSC passe de la parution d'une page dans *Au travail*, à partir de novembre 1981, à un trimestriel *Écho des luttes Jeunes CSC* encarté dans l'hebdomadaire. L'Action des sans-emplois a également son trimestriel, *Chôm'actif*, à partir de novembre 1983. Quant aux travailleurs et travailleuses migrants, après les grandes mobilisations contre le racisme des années 1981-1982, l'hebdomadaire de la CSC publie en 1983, une série intitulée *Qui a dit que... ?* pour déconstruire les stéréotypes qui contaminent la société et donc aussi pour sensibiliser les affilié·e·s de la CSC⁵⁸. Près de 20 ans plus tard, en 2002, la nouvelle formule de l'*Info* réserve aux groupes spécifiques une place dans deux rubriques : *Sur le terrain*, qui fait notamment écho aux initiatives locales des groupes spécifiques, et *L'autre info*, où trouvent leur place des « sujets relatifs, entre autres, aux actions des groupes spécifiques »⁵⁹.

Syndicaliste CSC n'est pas en reste. En 1987-1988, il propose « plusieurs outils en soutien à l'action syndicale dans divers domaines : l'alternance « emploi-formation », le mouvement étudiant Jeunes CSC, l'égalité de traitement, l'action de recrutement (Opération « Marguerite ») et la campagne « Solidarité Emploi des Jeunes »⁶⁰. L'année suivante, il réalise plusieurs dossiers « en collaboration avec le service syndical des femmes sur les thèmes suivants : les 10 ans de la loi sur l'égalité de traitement, la flexibilité et le crédit-temps, l'égalité dans l'enseignement »⁶¹. Dans les années 2000-2002, il rend compte des « initiatives des groupes spécifiques, notamment l'action des Jeunes CSC pour l'emploi des jeunes, la démarche des Femmes CSC sur le travail atypique, l'action commune de la CNE et des travailleurs sans emploi contre l'exclusion bancaire et les activités des (pré)pensionnés et chômeurs âgés »⁶².

Quant aux émissions TV, la CSC produit notamment entre 1998 et 2000 : *On n'engage plus, engageons-nous*, qui donne la parole à des Jeunes CSC et *Rencontres atypiques* sur la démarche d'éducation permanente des Femmes CSC autour des contrats atypiques⁶³.

En conclusion : expertise et lecture critique de la société au service de l'action

A la fin des années 1970, la CSC dispose d'un large éventail de médias syndicaux pour informer ses affilié-e-s, ses militant-e-s et ses permanent-e-s. Pour atteindre un public plus large, elle entretient des relations suivies avec la presse écrite et audiovisuelle et produit des émissions de radio et de télévision diffusées par le service public. Au milieu des années 2010, ces outils et démarches sont toujours bien vivants ; en complément, le syndicat investit dans de nouveaux supports médiatiques, basés sur les technologies numériques (site Internet, intranet). Les buts n'ont pas fondamentalement changé. D'une part, il s'agit de proposer une grille de lecture critique des enjeux socio-économiques, culturels, environnementaux, etc. qui se vivent par les travailleurs et travailleuses avec et sans emploi localement, aux plans régional, national et international, de soutenir l'action collective et de les outiller dans cette perspective. D'autre part, la presse syndicale a aussi ce rôle de cohésion au sein des affilié-e-s, des militant-e-s, par le partage d'informations et de valeurs communes, voire la volonté d'attirer de nouvelles et de nouveaux membres.

La tâche n'est pas aisée, surtout que, en une quarantaine d'années, le contexte socio-économique, politique et médiatique, se transforme profondément. La dissipation d'une presse d'opinion de gauche déséquilibre les rapports de force entre tendances idéologiques. Les porte-voix habituels des travailleurs et travailleuses avec et sans emploi deviennent marginaux et, avec eux, les analyses et les opinions syndicales. À cet égard, cette contribution postule que l'information syndicale est au cœur d'une bataille culturelle. La presse syndicale dénonce et combat avec ses moyens la domination de

l'idéologie néolibérale. Elle relaie en effet le (contre-)discours du monde du travail. Elle inscrit les événements dans une autre vision du monde, dans un autre projet de société. Il s'agit de renvoyer aux membres de la CSC une image, collective, qui leur rend leur dignité et la renforce. En parlant des réalités vécues par les travailleurs et travailleuses avec ou sans emploi, la presse syndicale soutient aussi le travail syndical de terrain, un travail de l'ombre le plus souvent, mené dans la perspective de défendre et de construire des droits pour tous et toutes.

Une telle lutte impose à la CSC de travailler la cohérence et l'efficacité de son information. À cette fin, le syndicat chrétien modernise ses canaux de transmission. Mais il s'attelle aussi à produire une information qui construit une unité de vue tout en intégrant des évolutions du monde du travail caractérisées par la diversité des réalités (ex : multiplication des (sous-) statuts), et l'émergence de nouvelles préoccupations des travailleurs et des travailleuses sans emploi. De cette cohérence et cette unité de vue dépend sa capacité de mobilisation.

Ce survol de l'information et de la communication de la CSC est partiel, c'était annoncé et c'est inévitable. Il reste des zones à explorer et des questions à approfondir. Nous pourrions ainsi ouvrir des chantiers sur la place des femmes dans l'information syndicale, sur les manières de capter le vécu des travailleuses et travailleurs avec et sans emploi « à la base » pour le faire « remonter » dans l'organisation, sur les pratiques de communication syndicale sur les lieux de travail, y compris les plus éclatés... et bien d'autres qui viendront à l'esprit des lectrices et lecteurs restés sur leur faim. ||

Notes

- 1 Nous remercions Jacques Debatty et François Welter pour la lecture attentive de cet article.
- 2 *Enquête auprès des secrétaires fédéraux et des responsables francophones des centrales sur la communication de la CSC*, Bruxelles, automne 1993, p. 5.
- 3 CARHOP, *Cent ans de syndicalisme chrétien*, Bruxelles, CSC, 1986, p. 129.
- 4 CSC. *Rapport d'activité 81-84*, Bruxelles, (1984), p. 63.
- 5 «Propositions adoptées par l'assemblée wallonne des militants et délégués de la CSC à Nassogne le 15 décembre 1984», *Syndicaliste CSC*, n° 234, 10 février 1985, p. 30.
- 6 *Ibid.*
- 7 «Partie 6. Une nouvelle pratique de la communication», *Syndicaliste CSC*, n° 278: *Continuer à construire ensemble/ Syndicalisme: démocratie et solidarité. Congrès CSC Liège – 27 juin 1987, 25 avril 1987*, p. 47.
- 8 «Texte de discussion», *Syndicaliste CSC*, n° 278..., p. 33-34.
- 9 *Syndicaliste CSC*, n° 503, 10 janvier 1999, p. 37.
- 10 «Congrès CSC 17-19 octobre 2002. Les priorités pour les 4 prochaines années», *Syndicaliste*, n° 583, 10 avril 2003, p. 45.
- 11 *Syndicaliste*, n° 730, 25 décembre 2010, p. 58.
- 12 «Congrès CSC 17-19 octobre 2002. Les priorités pour les 4 prochaines années», *Syndicaliste*, n° 583, 10 avril 2003, p. 46.
- 13 «Résolutions d'activité», *Syndicaliste*, n° 825: *De vive voix. Congrès CSC 2015*, 10 juin 2015, p. 67.
- 14 «La presse syndicale: un genre méconnu», dans *Info CSC*, n° 39, 26 septembre 1986, p. 5.
- 15 CSC. *Rapport d'activité 1981-1984*, Bruxelles, (1984), p. 63.
- 16 CSC. *Rapport d'activité 1984-1985...*, p. 65.
- 17 CSC. *Rapport d'activité 1987-1988*, Bruxelles, (1988), p. 63.
- 18 CSC. *Rapport d'activité 2002-2004*, Bruxelles, (2004), p. 76.
- 19 CSC. *Rapport d'activité 2000-2002*, Bruxelles, (2002), p. 61.
- 20 CSC. *Rapport d'activité 1996-1998*, Bruxelles, (1998), p. 87.
- 21 CSC. *Rapport d'activité 1984-1985*, Bruxelles, (1985), p. 66.
- 22 Les centrales dites «mensuelles» sont celles des affilié-e-s autres que les ouvriers et ouvrières; cette dénomination vient du fait qu'autrefois, les employé-e-s et fonctionnaires étaient payés au mois et les ouvriers et ouvrières à la semaine. *Projet de magazine interprofessionnel*, Bruxelles, Service Presse et Information de la CSC, mars 1994, p. 5.
- 23 *Ibid.*, p. 1.
- 24 CSC. *Rapport d'activité 2006-2008*, Bruxelles, (2008), p. 74.
- 25 «Syndicaliste CSC, une étape dans... un parcours semé d'embûches», dans *Syndicaliste CSC*, n° 250, 10 novembre 1985, p. 7.
- 26 CSC. *Rapport d'activité 1981-1984...*, p. 65.
- 27 CSC. *Rapport d'activité 1981-1984...*, p. 63.
- 28 D'Hondt R., «À tous les permanents», dans *La Farde du permanent*, s.d.
- 29 CSC. *Rapport d'activité 2008-2010*, Bruxelles, (2010), p. 81.
- 30 CSC. *Rapport d'activité 2012-2014*, Bruxelles, (2014), p. 55.
- 31 CSC. *Rapport d'activité 2010-2012*, Bruxelles, (2012), p. 59.
- 32 *CIP-News*, n° 1, 15 janvier 2015, p. 1, d'après CSC. *Rapport d'activité 2012-2014...*, p. 55.
- 33 CSC. *Rapport d'activité 1985-1986...*, p. 69.
- 34 CSC. *Rapport d'activité 1987-1988...*, p. 64.
- 35 Jusqu'en 1991, les chômeuses et chômeurs sont soumis à un contrôle quotidien (pointage), qui devient bimensuel avant de disparaître fin 2005. Ce contrôle était effectué par les communes.
- 36 CSC. *Rapport d'activité 1987-1988...*, p. 64.
- 37 *Telex*, 19 février 1988, p. 4 et 8.
- 38 CSC. *Rapport d'activité 1990-1991...*, p. 1.
- 39 CSC. *Rapport d'activité 1998-2000...*, p. 53.
- 40 CSC. *Rapport d'activité 2002-2004...*, p. 72-73.
- 41 CSC. *Rapport d'activité 2008-2010...*, p. 80.
- 42 Voir les *Rapports d'activité* de la période 1996-2006.
- 43 CSC. *Rapport d'activité, 2012-2014...*, p. 54.
- 44 CSC. *Rapport d'activité 1981-1984...*, p. 63-64.
- 45 *Fabelta vivra!*, 3 avril 1981, dans Site Web: [sonuma.be](https://www.sonuma.be/archive/fabelta-vivra). URL: <https://www.sonuma.be/archive/fabelta-vivra>, page consultée le 31 octobre 2022
- 46 CSC. *Rapport d'activité 1984-1985...*, p. 67.
- 47 CSC. *Rapport d'activité 1996-1998...*, p. 88.

- 48 STRALE M., « Répondre aux attaques syndicales : pistes de réflexion », dans *Démocratie*, n° 2, février 2020, p. 5-9; ID., « Qui invite-t-on à la radio ? Contribution à l'analyse des inégalités médiatiques », dans Site Web : *Observatoire belge des inégalités.be*, mis en ligne le 14 août 2019 URL : <https://inegalites.be/Qui-invite-t-on-a-la-radio>, page consultée le 20 janvier 2023.
- 49 CSC. *Rapport d'activité 1984-1985...*, p. 67.
- 50 CSC. *Rapport d'activité 2004-2006...*, p. 87-88.
- 51 Pour plus de détails sur l'histoire de *La Cité* voir : COENEN M.-T., DUMONT J.-F., HEINEN J., ROUSSEL L., P. WYNANTS P., *La Cité : 45 années de combat quotidien*, Bruxelles, CRISP, 2010.
- 52 En 1928, *Het Volk* absorbe *De Tijd*, le journal de l'ACV. Voir : DURNEZ, G., « Het Volk », dans Site Web : *nevb.be*, s.d. URL : https://nevb.be/wiki/Volk,_Het, page consultée le 31 octobre 2022.
- 53 CSC. *Rapport d'activité 1994-1996...*, p. 72; CSC. *Rapport d'activité 2002-2004...*, p. 74.
- 54 ZAMORA D., « Grève en Belgique : Haro sur les grévistes et les syndicats », dans Site Web : *acrimed.org*, mis en ligne le 3 janvier 2012 URL : <https://www.acrimed.org/Greve-en-Belgique-Haro-sur-les-grevistes-et-les-syndicats?recherche=%2Bbelgique%20%2Bsyndicats>, page consultée le 1^{er} novembre 2022.
- 55 CSC. *Rapport d'activité 1994-1996...*, p. 68-69; CSC. *Rapport d'activité 1996-1998...*, p. 84.
- 56 CSC. *Rapport d'activité 2012-2014...*, p. 53-54.
- 57 CSC. *Rapport d'activité 1984-1985...*, p. 66.
- 58 Merci à Marie-Thérèse Coenen pour le relevé de ces initiatives.
- 59 CSC. *Rapport d'activité 2002-2004...*, p. 76-77.
- 60 CSC. *Rapport d'activité 1987-1988...*, p. 65.
- 61 CSC. *Rapport d'activité 1988-1989...*, p. 85.
- 62 CSC. *Rapport d'activité 2000-2002...*, p. 59.
- 63 CSC. *Rapport d'activité 1998-2000...*, p. 54.