Election à la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels

Un taux d'abstention record
qui doit inciter à une réflexion de fond

Le taux de participation au **premier tour** de l'élection triennale nationale parmi les quelque 36.000 journalistes professionnels se situe en dessous de 50% depuis 2003. Il est en constante baisse depuis 15 ans : 56,1% en 1997, 50,6% en 2000, 44,9% en 2003, 43,2% en 2006, 41% en 2009 et **seulement 35,8% en 2012**.

La participation au **second tour** s'est limitée à 39,9% en 2003, 37,8% en 2006 et 40,6% en 2009. Elle a atteint un plus bas de **33,2% en 2012**.

Quand deux salariés sur trois ne participent pas à une élection nationale qui est présentée comme l'un des événements syndicaux majeurs dans le secteur, il devient urgent de s'interroger sur les raisons de cette désaffection. C'est un fait grave, du point de vue syndical, et cela soulève un problème d'autant plus sérieux qu'il s'agit du secteur des médias qui est un enjeu majeur dans la **lutte citoyenne pour la défense des droits démocratiques et sociaux.**

Les raisons de cette désaffection sont à rechercher sur différents niveaux

A/ Le caractère ambigu du scrutin

Si la concomitance avec les élections politiques a pu accentuer l'abstention en 2012, les chiffres prouvent que l'intérêt des journalistes professionnels pour cette élection triennale est en recul constant depuis la fin des années 90.

Alors que les listes en présence développent leurs réponses respectives face à la profonde crise du secteur de l'information (emprise financière, déstabilisation de l'audiovisuel public et de l'AFP, réduction du pluralisme, appauvrissement des contenus, plans sociaux, précarisation...), les élus à la Commission de la carte n'ont pas le pouvoir de peser réellement sur cette situation. Car il s'agit d'élire les représentants des journalistes qui gèrent, de façon paritaire aux côtés des représentants du patronat, l'attribution de la carte professionnelle. Ni moins ni plus. Leurs pouvoirs sont donc très limités.

Un mode de scrutin inadapté et dépassé

Seuls les trois premiers syndicats, qui dépassent chacun les 10% des voix (SNJ, CGT et CFDT), peuvent espérer obtenir des sièges au sein de la Commission de la carte. **Cela ne correspond pas au pluralisme syndical sur le terrain.**

Accessoirement on notera que seules les organisations jugées « représentatives », selon des critères dépassés, peuvent présenter des listes dès le premier tour de ce scrutin. Cette règle permet à certaines organisations de bénéficier d'une situation de rente, mais exclut SUD, alors que son score au 2nd tour de l'élection 2009 se situait dans la même fourchette que celui de la CFTC, de la CGC et de FO (entre 4 et 5% des voix, cf. tableau 1).

Une élection qui ne détermine pas la représentativité dans la profession

Comme dans toutes les branches, c'est la compilation des élections professionnelles dans les entreprises qui déterminera la représentativité dans le secteur des médias. L'élection à la Commission de la carte ne mesure pas la représentativité légale dans la profession (d'autant que les journalistes en

retraite depuis moins de cinq ans peuvent participer à ce scrutin, ce qui n'est pas le cas lors des élections professionnelles dans les entreprises).

C'est à partir de ce constat que SUD a décidé de ne pas présenter de liste au 2nd tour de l'élection 2012 à la Commission de la carte (cf. http://sudmedias.zeblog.com/586397-election-carte-de-presse-un-mode-de-scrutin-inadapte-et-depasse/)

B/ Un syndicalisme en crise

Force est de constater que l'abstention n'est pas limitée à l'élection à la Commission de la carte mais concerne aussi - de façon moins drastique - les élections professionnelles: le nombre d'entreprises où il faut organiser un second tour pour déterminer les élus dans le collège « journalistes » ou « cadres et journalistes » semble être en progression.

Il est donc indispensable de mener le débat sur les causes profondes de cet affaiblissement syndical parmi les journalistes, d'autant que cette désaffection ne peut pas être observée de façon aussi importante parmi les autres salariés travaillant dans les médias : techniciens, administratifs, commerciaux (que nous appellerons par commodité « les non-journalistes »)

Cela concerne évidemment tous les syndicats, qui devraient sans doute s'interroger sur leur fonctionnement individuel et collectif (parfois intersyndical, parfois intercatégoriel). Nous nous contenterons ici de tirer quelques conclusions de notre point de vue pour l'Union syndicale Solidaires.

C/ Un défi pour Solidaires

Dans le secteur des médias, Solidaires a un point d'appui fort et une faiblesse.

Un point d'appui fort: le poids du SNJ parmi les journalistes

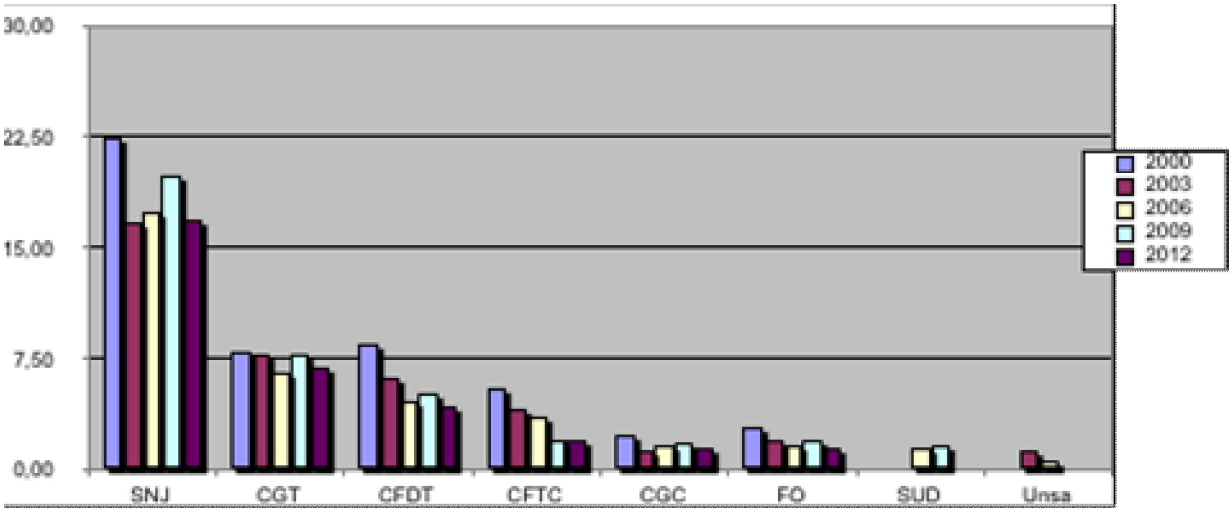
Lors de l'élection 2012 à la Commission de la carte, le **SNJ** - comme SUD affilié à l'Union syndicale Solidaires, dont il est même un membre fondateur - obtient pour la première fois la majorité absolue des voix exprimées.

Tableau 1 : voix exprimées et % (sur 36.127 inscrits)

Liste	**% 2012**	% 2009	**Voix 2012**	Voix 2009
SNJ	**51,29**	49,59	**6.252**	7.470
CGT	**20,89**	19,13	**2.546**	2.882
CFDT	**13,15**	12,86	**1.603**	1.937
CFTC	**5,68**	4,98	**693**	750
CGC	**4,58**	4,63	**558**	698
FO	**4,41**	4,70	**538**	708
SUD	**-**	4,11	**-**	619
Unsa	**-**	-	**-**	-

Ce succès doit être fortement relativisé par le constat que deux journalistes sur trois n'ont pas participé à l'élection. En fait, le vote SNJ ne représente que **16,84% des inscrits**. Ce taux est situé sensiblement au même niveau qu'en 2003 et 2006 ; il reste largement en dessous de celui obtenu par le SNJ en 2000 (22,52%).

Graphique 1 : ratio voix obtenues/nombre d'inscrits



Notre graphique montre que l'évolution la plus spectaculaire depuis 2000 concerne la **CFTC**. Alors qu'elle comptait encore des élus à la Commission de la carte jusqu'en 2006, elle subit un effondrement historique: son ratio voix obtenues/nombre d'inscrits est passé de 5,42% en 2000 à 1,87% en 2012. Sur 12 ans, la CFTC perd plus de 60% de son électorat, passant de 1.736 voix en 2000 à 693 en 2012.

On note aussi que la **CFDT** a durablement perdu sa deuxième place, au profit de la **CGT**.

Un point faible : l'insuffisante présence de Solidaires parmi les autres salariés des médias

La CGT occupe largement la première place dans le secteur des médias, où elle réussit à organiser l'ensemble des professions qui y travaillent.

Or, dans presque toutes les entreprises de presse et de l'audiovisuel, les non-journalistes sont majoritaires. Occuper la première place parmi les journalistes ne permet pas à Solidaires de contester cette hégémonie des différents syndicats CGT qui organisent l'ensemble des métiers des médias par corporation.

Encadré

Premier syndicat de journalistes ne signifie pas premier syndicat dans l'entreprise

Exemple concret d'une grande entreprise où pourtant – et de façon exceptionnelle – les journalistes représentent plus de 60% du personnel : l'Agence France-Presse compte environ 1.400 salariés sous contrat français. Le SNJ y est majoritaire dans la rédaction (25,4% des voix pour les titulaires CE au 2nd tour 2011), suivi de la CGT (23,3%), la CFDT (20,5%), FO (14,5%), SUD (13,4%) et l'Unsa (2,9%).

Or, cette première place du SNJ dans la rédaction ne se traduit que par un siège titulaire au Comité d'entreprise sur un total de huit (contre quatre CGT, un CFDT, un

FO, un SUD). Parmi les 14 délégués du personnel titulaires à l'AFP, le SNJ n'en compte que deux (contre sept CGT, trois FO, un CFDT et un SUD).

La représentativité dans l'entreprise (titulaires CE premier tour) se détermine comme suit: CGT 37,9%, CFDT 16,2%, FO 15,9%, SNJ 15,3%, SUD 10,4%, CGC 4,3% (elle bénéficie de la représentativité spécifique chez les cadres).

La CGT, majoritaire, compte la moitié des élus.

Il est donc indispensable pour Solidaires de se développer parmi les salariés des médias qui n'ont pas le statut de journaliste. C'est l'une des préoccupations des syndicats SUD, qui proposent de rompre avec le principe « un métier, un syndicat », en s'adressent de façon intercatégorielle à l'ensemble des salariés, selon le principe « même patron, même syndicat ».

Aujourd'hui, la légitimité de SUD parmi les salariés des médias - y compris les journalistes - ne peut plus être contestée. SUD est deuxième syndicat à Radio France (4.000 salarié-e-s) et a conquis sa représentativité à l'AFP. Nous sommes premier syndicat à TV5Monde et au journal Presse Océan. Parmi les autres entreprises où SUD est présent : France Télévisions, Radio France Internationale, Monte Carlo Doualiya, et deux entreprises du groupe Lagardère : Hachette Filipacchi Associés et Plurimedia.

Cependant, même si cette implantation concerne certaines entreprises parmi les plus emblématiques du secteur des médias, elle reste très limitée.

- Là où SUD n'existe pas, l'une des questions posées est de savoir si le SNJ a la volonté et la capacité de s'appuyer sur ses forces pour faire progresser le syndicalisme Solidaires parmi l'ensemble des salariés, journalistes et non-journalistes.

- Là où ce début d'implantation intercatégorielle de Solidaires s'est réalisé via la création de syndicats ou sections SUD - qui existent de façon totalement indépendante du SNJ -, le temps est venu de réévaluer les possibilités d'agir en commun. A l'instar de ce qui a été réussi au Groupe Express Roularta, où la liste commune SNJ-SUD - une première dans l'histoire de Solidaires - a récemment remporté un beau succès.
  (cf. http://sudmedias.zeblog.com/584797-groupe-express-alliance-electorale-snj-sud/)

Paris, le 29 juin 2012

SUD Culture & Médias Solidaires

www.sud-medias.org