

Fédération
Nationale
Équipement
Environnement



Carnet du militant

Pour une campagne revendicative
combative, forte, lisible

ON

avec la

FNEE CGT



S'ORGANISE

Élections professionnelles 2026



Fédération Nationale de l'Équipement et de l'Environnement CGT

Siège social : 263, rue de Paris - Case 543 - 93515
Montreuil Cedex - Téléphone : 01.55.82.88.75
Email : fd.equipement@cgt.fr

Directeur de publication
Ivan Candé-González

Imprimeur
Rivet Presse édition SARL
Siret : 405 377 979 00019
BP 15577 - 24 rue
Claude-Henri Gorceix
87022 Limoges Cedex 9



IMPRIM'VERT®



Pourquoi ce carnet ?

Ce carnet t'accompagne jusqu'au jour du vote. Il est ton outil de campagne, pour convaincre, organiser et faire grandir la CGT dans ton service. Il permet à chaque syndiqué·e, même isolé·e, de devenir acteur·rice de la campagne électorale 2026 et de contribuer à la victoire collective de la CGT.

Identifier son environnement de travail

Cartographie ton service : effectifs, implantations syndicales, dynamique militante, relais possibles.
Repère les collègues influents, les lieux de passage, les moments clés pour diffuser nos revendications.

Les ressources

Les relais du Collectif de Campagne Électorale Fédérale (CCEF) joueront un rôle clé tout au long de la campagne, en assurant la circulation fluide des informations entre la fédération FNEE CGT, les syndicats nationaux et les syndicats de service.

Une valise pédagogique, accessible via un cloud sécurisé, sera mise à disposition de l'ensemble des militants : elle rassemblera les ressources essentielles pour intervenir, informer et argumenter sur le terrain (supports de communication, argumentaires, guides pratiques, outils d'animation, tracts, affiches, kit HMI).

Grâce à ce dispositif unifié, chaque relais pourra disposer en temps réel des éléments stratégiques nécessaires, garantir une cohérence de discours et renforcer l'efficacité de notre présence dans tous les espaces de mobilisation.

Camarades, la bataille de 2026 commence maintenant !

Chères et chers camarades,

L'heure est venue de lancer, ensemble, une dynamique qui doit tout changer. Les élections professionnelles de 2026 seront un moment décisif, pour nos droits, pour nos métiers et nos missions, pour nos conditions de travail et pour l'avenir du syndicalisme CGT dans nos services.

Ces élections doivent être un tournant, une reconquête, un signal clair envoyé au Gouvernement, aux directions et aux autres organisations.

La CGT est là, elle est debout, elle avance, et elle reprend du terrain.



Vous êtes la force de cette campagne

Dans chaque service, chaque bâtiment, chaque antenne, vous êtes les visages de la CGT. C'est votre présence, votre engagement et votre parole qui feront la différence. Dès aujourd'hui, nous avons besoin de vous pour enclencher la dynamique qui nous mènera à la victoire.

Vos premières missions : poser les fondations de la reconquête

1 ANALYSE DE TERRAIN :

Prenez connaissance des données de votre service :

- résultats 2022, 2018, 2014,
- taux d'abstention,
- sections existantes ou fragiles,
- forces et faiblesses de la section.

2 REPÉRER LES SERVICES "SANS LISTE" OU EN DANGER

Là où la CGT était absente en 2022, ou là où les équipes sont trop fragiles, c'est maintenant qu'il faut agir pour reconstruire, regrouper et relancer.

3 PRENDRE CONTACT AVEC LES SYNDIQUÉ·ES ET MILITANTS LOCAUX

Pas besoin d'attendre, un appel, un mail, une visite de site... et la campagne démarre.

4 FAIRE REMONTER LES ALERTES IMMÉDIATEMENT : orga.fnee@cgt.fr

Absence de militants, difficultés à trouver des candidats, tensions internes, besoin de formation, réorganisation en cours : tout doit remonter par vos syndicats au Collectif de Campagne Électorale Fédéral (CCEF).

Aucun problème ne doit rester dans l'ombre

Chaque difficulté trouvera une solution collective

Dans ce carnet : des outils pour agir

Pour vous permettre d'agir efficacement, dès maintenant

Dans le carnet numérique que vous avez reçu par mail :

- Présentation des bases syndicales de la région
- Tableau des données électorales 2022 - 2018 - 2014
- État des listes de 2022 (en notre possession)
- Contacts : FNEE (Fédération Nationale de l'Équipement et de l'Environnement) / CCEF (Collectif de Campagne Électorale Fédéral) / Participants-es à la journée impulsion
- Calendrier des étapes importantes du processus électoral (Administration/Fédération)

Dans le présent carnet :

- Exemples de situations types pour mener la campagne
- Check-list de campagne
- Exemple de rétro-planning stratégique
- Fiche de tournée syndicale
- Drive de la FNEE avec guides, tracts, affiches... (cloud sécurisé alimenté au fur et à mesure des productions)

Nos objectifs communs : clairs, ambitieux, réalisables

- ✓ **Constituer des listes CGT dans le maximum de services.**
- ✓ **Pas de vide syndical : partout où des agents travaillent, la CGT doit être présente.**
- ✓ **Faire reculer massivement l'abstention.**
Elle fait partie d'un de nos principaux adversaires car chaque abstentionniste est une voix CGT potentielle.
- ✓ **Porter une campagne revendicative forte, lisible, combative.**
- ✓ **Une CGT utile, ancrée, connectée à la réalité du terrain.**

La Fédération est déjà en ordre de bataille

La FNEE CGT vous accompagnera tout au long de l'année 2026 :

- avec des formations
- du matériel militant (ce carnet, des supports pour vos HMI, des analyses de fond, des tracts, des affiches, des goodies....)
- appui politique et technique auprès de votre référent régional
- soutien en présence dans les services quand nécessaire

Vous n'êtes pas seuls : la fédération est prête, déterminée, et avec vous à chaque étape.

En avant camarades !

Nous avons les compétences, la légitimité et la force collective pour faire de 2026 une victoire CGT. Mais cette victoire dépend de nous, de notre énergie, de notre créativité, de notre capacité à aller vers les collègues.

La campagne commence aujourd'hui. Et ensemble, nous allons la gagner.

Fraternellement,
La FNEE CGT

Faire campagne dans tous les contextes : un cadre stratégique pour 2026

La préparation des élections professionnelles de 2026 exige que nous prenions en compte la diversité des situations rencontrées sur le terrain.

Chaque service, chaque section, chaque militant-e se trouve confronté à des réalités différentes : absence totale de liste CGT depuis plusieurs scrutins, dépôt sur sigle sans véritable section, sections trop fragiles pour constituer une liste, alliances imposées avec d'autres organisations, perte de voix malgré une liste déposée, ou au contraire maintien d'excellents résultats à consolider. Identifier ces profils types nous permet de bâtir des stratégies et des outils adaptés, afin que chaque militant-e où qu'il soit et quel que soit son contexte, dispose d'un plan d'action concret.

Ce travail vise deux objectifs majeurs :

- **Donner les moyens d'agir à toutes et tous**, en fournissant des indicateurs, des exemples et un accompagnement.
- **Organiser la remontée d'informations** par leur syndicat auprès du Collectif de Campagne Électorale Fédérale (CCEF) afin qu'il puisse soutenir efficacement chaque initiative locale et en faire part à la Commission Exécutive Fédérale (CEF).

Qu'il s'agisse de constituer une liste de mener une campagne dans un service sans section, de re-dynamiser une section en perte de vitesse ou de consolider une section CGT, chaque profil bénéficie ici de recommandations spécifiques.

Ce carnet militant ne remplace ni l'expérience ni l'intelligence du terrain, les camarades les plus aguerris n'y apprendront peut-être rien de nouveau mais il pose une chose claire : une campagne ne se subit pas, elle s'organise. À chacune et chacun de s'en saisir, d'adapter les méthodes à sa réalité locale, à ses forces militantes, et de piocher les outils nécessaires pour construire une campagne offensive, collective et efficace.

Dans la continuité du bilan des élections pro. de 2022 réalisé par la FNEE CGT et qui proposait déjà des repères d'organisation pour conduire des campagnes offensives dans les services, plusieurs situations types ont été identifiées. Pour chacune d'elles, nous mettons à disposition des repères concrets et des méthodes d'organisation pour aider les équipes militantes à se structurer, avec l'appui des syndicats, des référents régionaux et du CCEF.

SITUATION N° 1
dépôt d'une liste - section en fragilité de syndiqué-es

Nous avons déposé une liste en 2022, mais notre taille est critique pour en déposer une en 2026.

Enjeu : élargir la liste, recruter des candidat-es.

SITUATION N° 2
section solide mais perte de voix et abstention forte

Nous n'avons pas de problème pour constituer une liste, mais nous avons eu une chute des voix et une forte abstention. **Enjeu : reconquérir l'électorat CGT et convaincre les abstentionnistes.**

SITUATION N° 3
bons résultats à consolider

Nous avons obtenu un très bon score en 2022.

Enjeu : maintenir la dynamique et transformer le capital en ancrage durable.

SITUATION N° 4
services sans liste CGT en 2022 ou sur plusieurs scrutins antérieurs

Il n'y a pas eu de liste CGT sur les dernières élections pro. (2022, 2018, 2014), alors qu'il y en avait auparavant. **Enjeu : reconstituer un noyau de syndiqué-es, retrouver une visibilité CGT.**

SITUATION N° 5
dépôt sur sigle, avec une section ou une petite équipe de syndiqué-es

Je suis dans un service qui dépose sur sigle et non sur liste, avec une section constituée.

Enjeu : créer un collectif pour faire campagne.

1^{ère} situation - section en fragilité de syndiqué·es

Nous avons déposé une liste en 2022, mais notre taille est critique pour en déposer une en 2026.
Enjeu : élargir la liste, recruter des candidat·es.

.....

De la fragilité à la reconquête : bâtir une liste CGT pour gagner

Dans les sections en fragilité de syndiqué·es, l'enjeu central de la campagne 2026 est simple. Il faut garantir la présence de la CGT par le dépôt d'une liste, afin de permettre aux collègues d'avoir une représentation combative et indépendante quand cela est possible.

Face à une base militante réduite, la campagne ne peut pas être improvisée. Elle doit s'inscrire dans une dynamique progressive, structurée et tournée vers les collègues.

Pour cela, la démarche peut s'organiser en deux temps de campagne :

1 / Reconstruire la force CGT (janvier à fin été 2026)

Ce premier temps vise à créer les conditions du dépôt de liste. Il s'agit :

- d'identifier les forces existantes (syndiqué·es, anciens élus, sympathisant·es),
- d'élargir le cercle des camarades prêts à s'engager,
- de rendre la CGT à nouveau visible et utile dans le service,
- de faire émerger progressivement des candidatures.

2 / Transformer la force militante en voix CGT (septembre jusqu'au scrutin)

Une fois un noyau de candidat·es constitué, la section entre dans le second temps de la campagne électorale.

L'objectif devient :

- rendre la CGT incontournable dans le service,
- porter les revendications issues du terrain,
- faire connaître les candidat·es,
- convaincre les collègues de voter CGT.

Ce temps repose sur le travail réalisé en amont qui permet de transformer une liste de candidat·es en une force collective capable de faire voter CGT.

L'organisation fait la victoire : méthode et responsabilité dans les petites sections

Dans une petite section syndicale, où le nombre de militants·es est parfois compté, la réussite d'une campagne électorale ne tient ni au hasard ni à l'improvisation. Elle repose avant tout sur une organisation solide, assumée, et sur une répartition claire des responsabilités. C'est précisément dans ce cadre contraint que la rigueur collective devient une force. Chaque membre de la commission exécutive ou de la section quel que soit sa taille doit savoir exactement ce qu'il ou elle porte, et en quoi son engagement s'inscrit dans un effort commun. Cette clarté n'est pas une contrainte bureaucratique ; elle est un levier d'efficacité militante. Elle permet d'éviter les doublons, de sécuriser les échéances, et surtout de concentrer l'énergie là où elle est la plus utile.

Pour y parvenir, le collectif doit s'organiser. Pas de manière bureaucratique, mais de façon efficace et lisible pour toutes et tous. Cela suppose de désigner sans

ambiguïté des responsabilités et de structurer le travail en pôles complémentaires, afin que chaque tâche soit prise en charge, suivie et menée jusqu'au bout.

Concrètement, cela signifie savoir clairement qui va fouiller les archives syndicales pour retrouver les anciennes listes de candidat·es, qui exploite les données de trésorerie pour identifier les ancien·nes syndiqué·es encore en activité, qui organise et mène les prises de contact avec les sympathisant·es repéré·es, et qui pilote politiquement la campagne pour garantir la cohérence des messages, des priorités et du calendrier. Aucune de ces missions n'est secondaire. C'est leur articulation qui transforme des efforts dispersés en une dynamique collective capable de reconstruire une présence CGT crédible et offensive.

Pour cela, la section peut s'appuyer sur une organisation simple autour de trois pôles de travail :

Le pôle organisation et revendicatif est le cœur politique du collectif. Il identifie les problèmes du service, structure les revendications, anime les discussions militantes et donne du sens à l'engagement des camarades et des futur·es candidat·es. **Il/elle sera le coordinateur·trice des élections de la section avec le syndicat, le référent FNEE en région et la CCEF.**

Le pôle administratif et logistique sécurise la campagne. Il suit les listes de syndiqué·es et de contacts, gère les convocations, prépare les dossiers

électoraux, anticipe les échéances de dépôt de listes et garantit que rien ne bloque la présence de la CGT pour des raisons matérielles ou réglementaires.

Le pôle communication rend la CGT visible. Il organise la diffusion des tracts, l'affichage, les mails, les invitations aux HMI et les temps de rencontre, en lien avec les messages décidés collectivement. C'est lui qui transforme le travail militant en présence concrète auprès des collègues.

Cette organisation en pôles n'est pas une rigidité, mais un point d'appui. Dans une petite section, les mêmes camarades peuvent assurer plusieurs fonctions. L'essentiel est que chaque tâche soit identifiée, prise en charge et suivie. C'est ainsi que l'on passe d'une section en fragilité de syndiqué·es à un collectif capable de reconstruire une liste CGT et de peser réellement dans la campagne 2026.

EXEMPLE D'ORGANISATION

Proposition adaptable – toutes les tâches peuvent être partagées ou tournantes

CONSTITUTION DU COLLECTIF ÉLECTIONS	OBJECTIF POLITIQUE	MISSIONS PRINCIPALES	ACTIONS CONCRÈTES ET REPÈRES
Pôle organisation/ revendicatif	Donner le cap et sécuriser la campagne	• Lien avec ton syndicat, la FNEE, référent régional • Présence syndicale dans le service • Mise en place et suivi du rétroplanning électoral • Centralisation des infos et alertes • Anticipation des échéances (listes, dépôts) • Animation de la vie de section • Remontée des attentes et colères	• Tenir un tableau de suivi de campagne • Organiser une réunion de section régulière • Remonter les difficultés (manque de candidats, isolement, conflits) • Proposer des temps d'échange informels (pause café, discussions ciblées)
Pôle administratif/ logistique	Élargir la base CGT et préparer les listes	• Contacts directs avec les syndiqué·es, les élus·es • Repérage des sympathisants, collègues qui ont fait appel à la CGT • Relance des anciens syndiqués encore en poste	• Tenir une liste de contacts (militants + sympathisants) • Mener 5 à 10 discussions individuelles par mois • Identifier des profils potentiels de candidats
Pôle communication	Rendre la CGT visible et crédible	• Gestion de l'affichage syndical • Diffusion des tracts et infos • Organisation matérielle des HMI et temps collectifs	• Mise à jour mensuelle du panneau syndical • Distribution de tracts en main propre • Réservation des salles pour HMI • Prévoir feuilles d'émargement, café, documents
Fonctionnement collectif (les 3 pôles ensemble)	Construire une dynamique durable	• Décider des priorités • Trouver des candidats • Faire des bilans réguliers • Se soutenir face à la fatigue militante	• Réunion de bilan tous les 2 - 3 mois • Ajuster l'organisation si nécessaire • Partager les réussites et difficultés • Ne jamais rester seul face à un problème

1^{ère} situation - section en fragilité de syndiqué·es

RÉTRO-PLANNING DE CAMPAGNE : Une fois le collectif élections constitué, la première décision stratégique à prendre est l'élaboration d'un rétro-planning de campagne. C'est un passage obligé. Il ne s'agit pas d'un exercice administratif, mais d'un acte politique d'organisation. Le collectif doit se mettre d'accord, dès le départ, sur le calendrier de travail, les grandes étapes et les priorités à tenir jusqu'au scrutin. Ce rétro-planning permet de transformer un groupe de camarades en une équipe de campagne opérationnelle, capable d'anticiper, de se répartir les tâches et de tenir le cap dans la durée. C'est lui qui sécurise la constitution de la liste, évite les temps morts, et donne de la cohérence à l'ensemble des actions militantes. Sans rétro-planning, on subit le calendrier électoral ; avec lui, on le maîtrise. C'est donc le premier outil collectif à construire, partager et faire vivre tout au long de la campagne.

→ **Exemple de rétro-planning adaptable et modifiable / Annexe 2**

DROITS SYNDICAUX : Pour rappel, afin de réaliser ce travail de militant vous disposez de droits syndicaux (autorisations spéciales d'absences article 13) : 30 jours pour les agents affectés en services déconcentrés en administration centrale et EP du ministère et 20 jours pour les agents affectés en DDI. Il existe également des autorisations spéciales d'absence article 16 qui se matérialise sous forme de coupons de demi-journée. Pour plus de précisions, n'hésitez pas à nous contacter.

→ **Infos sur le Drive de la FNEE CGT / Annexe 5**

FORMATION DE LA FNEE-CGT « Gagner les élections en 2026 » :

Vous pouvez également vous inscrire à la formation qui vise à outiller les militant·es pour comprendre les enjeux des élections professionnelles, définir des axes de campagne cohérents et adopter des formes d'organisation efficaces. Cette formation propose une méthode pour dresser un bilan syndical solide et construire un argumentaire convaincant afin de renforcer le vote CGT. Elle se déroule sur 5 jours au centre Benoit Frachon à Courcelles (du 16 au 20 mars / du 13 au 17 avril / du 8 au 12 juin 2026).

→ **Voir le Guide et offre de formations fédérales 2026 :** <https://equipementcgt.fr> (rubrique Formation syndicale FNEE CGT)

Constituer la liste CGT : une étape décisive pour gagner en 2026

Constituer une liste CGT, ce n'est pas une formalité administrative, elle se construit à partir de différentes étapes. C'est un acte militant fort, le premier pas concret vers la reconquête du terrain et le rétablissement d'un rapport de force dans le service. Cette construction doit être anticipée, collective et progressive. Rien ne se fait dans l'urgence, tout se prépare.

→ **Tableau pratique pour la constitution de liste page suivante**

Première étape : prenez connaissance de la composition du service

Avant toute chose, il est indispensable de récupérer auprès de l'administration les données relatives à l'effectif du service, ainsi que la répartition femmes/hommes. Ces informations, qui doivent être mises à disposition des organisations syndicales entre les mois de janvier et février, sont un préalable incontournable. Elles conditionnent directement la constitution des listes électorales : nombre de candidat·es à présenter, respect de la parité avec l'équilibre femmes/hommes à garantir sur chaque liste.

Deuxième étape : Privilégier les syndiqué·es

La priorité doit être donnée aux adhérent·es de la CGT. Ce sont elles et eux qui portent déjà l'engagement syndical au quotidien et qui incarnent naturellement les valeurs de l'organisation. Sollicitez-les en premier lieu en leur expliquant l'importance de leur candidature pour défendre collectivement les intérêts des collègues.

→ **Fiche Mémo (annexe 3)** pour vous aider à répondre aux objections que vous pourriez rencontrer lors de votre recherche de candidats, avec des réponses adaptées pour aborder chaque point avec assurance et efficacité.

Troisième étape : Élargir aux sympathisant·es et/ou anciens·nes syndiqué·es

Si la mobilisation des syndiqué·es ne suffit pas à compléter la liste, il convient d'identifier et de rencontrer les

sympathisant·es et/ou les anciens·des syndiqué·es de la CGT. Ces collègues, bien que non adhérent·es, partagent souvent nos valeurs et nos combats. Allez à leur rencontre pour leur expliquer concrètement ce qu'implique un mandat électoral. Comme, le temps nécessaire, les moyens dont ils disposeront, la formation assurée par le syndicat, et surtout l'impact positif qu'ils peuvent avoir sur les conditions de travail de tous. N'hésitez pas à lever leurs éventuelles craintes et à valoriser leur légitimité à se présenter.

Quatrième étape : Contacter celles et ceux qui ont sollicité l'aide de la CGT

Les collègues qui ont fait appel à la CGT pour obtenir conseil ou soutien dans des situations individuelle (problèmes avec leur hiérarchie, conditions de travail, recours...). Ces personnes ont déjà fait confiance au syndicat et mesurent son utilité concrète. Elles peuvent être sensibles à l'idée de s'engager à leur tour pour aider d'autres collègues qui se trouveraient dans des situations similaires.

Cinquième étape : Liste commune avec une autre OS ou plusieurs...

Il se peut que dans certains cas la section soit amenée par l'absence de candidats·es CGT à présenter des candidat·es dans le cadre de listes communes avec d'autres organisations syndicales hors CGT. Cette configuration peut être tactiquement nécessaire, mais elle comporte des risques politiques qu'il est indispensable d'anticiper et de maîtriser.

Le premier risque est la dilution de l'identité CGT car si la campagne est menée de façon indistincte, les collègues ne savent plus clairement pour qui ils votent. Le second est la confusion des positions revendicatives, car toutes les organisations d'une liste commune ne portent ni les mêmes priorités, ni la même conception du syndicalisme (FO-UNSA-CFDT-CFECGC). Enfin, la liste commune rend plus difficile la lecture du poids réel de la CGT, tant en termes de voix que de rapport de force à construire après l'élection.

Avant toute décision : interroger l'intérêt réel de l'alliance

Avant d'accepter une liste commune, la section doit se poser les bonnes questions.

Quel est concrètement l'apport d'une OS qui ne disposerait que d'un ou deux candidat·es ? S'agit-il d'un appui réel à notre liste, ou d'une demande implicite de maintenir sous perfusion une organisation en difficulté ?

Ce n'est pas notre rôle d'assurer la survie électorale d'une autre OS au détriment de notre lisibilité et de notre crédibilité. Il faut également s'interroger sur la place accordée aux candidat·es extérieurs sur la liste : une position

éligible donnée à un·e candidat·e d'une autre OS, c'est potentiellement un siège CGT perdu et un élu qui ne portera pas nos mandats.

La liste incomplète, une alternative à ne pas écarter

Plutôt que de nouer une alliance contre-nature, entre la carpe et le lapin, la section doit sérieusement envisager la possibilité de présenter une liste incomplète. Une liste CGT incomplète à 8 candidat·es sur un CSA de 10 candidatures reste une liste CGT cohérente, lisible, et qui préserve notre indépendance revendicative. C'est souvent préférable à une liste complète qui brouille notre identité et dilue notre résultat.

Si la liste commune est inévitable : imposer nos conditions

Si, après analyse, la liste commune s'avère néanmoins indispensable, alors la CGT ne doit pas en être le simple support logistique. La clef de répartition doit impérativement refléter notre poids réel et notre apport majoritaire à la liste. Les têtes de liste, les places éligibles et la conduite de campagne doivent rester sous maîtrise CGT. Toute autre configuration reviendrait à organiser nous-mêmes notre propre affaiblissement.

TABLEAU PRATIQUE - CONSTITUTION DE LA LISTE CGT

ÉTAPES	OBJECTIF POLITIQUE	CE QU'IL FAUT FAIRE CONCRÈTEMENT	POINTS DE VIGILANCE / MESSAGES À FAIRE PASSER
1. Connaître la composition du service	Poser des bases solides et incontestables	• Récupérer les effectifs du service • Vérifier la répartition femmes/hommes • Identifier le nombre de candidat·es à présenter	• Données transmises entre janvier et février • La parité n'est pas une option, c'est une obligation • Bien connaître son service = crédibilité de la liste
2. Mobiliser les syndiqué·es CGT	S'appuyer sur la force militante existante	• Faire le point sur les syndiqué·es actifs·ves • Les rencontrer individuellement • Leur proposer explicitement la candidature	• Rappeler que la CGT fonctionne collectivement • Insister sur l'accompagnement et les formations • Sans candidat·es CGT, pas de défense collective
3. Élargir aux sympathisant·es et ancien·es syndiqué·es	S'appuyer sur la force militante existante	• Identifier les sympathisant·es connu·es • Recontacter les ancien·es syndiqué·es encore en poste • Expliquer concrètement le rôle d'élue	• Lever les craintes (temps, pression hiérarchique) • Valoriser leur légitimité • On devient militant·e en s'engageant
4. Recontacter les collègues aidé·es par la CGT	Transformer la confiance en engagement	• Lister les collègues accompagnés par la CGT • Les rencontrer individuellement • Leur proposer de s'engager à leur tour	• Mettre en avant l'utilité concrète du syndicat • Passer de l'aide individuelle à l'action collective
5. Liste commune	Quel est concrètement l'apport d'une autre OS ?	• Mesurer les risques avant tout engagement • La liste incomplète est peut être une option crédible • Si alliance il y a, la CGT garde la main : têtes de liste, places éligibles, clef de répartition, conduite de la campagne	• Risque est la dilution de l'identité CGT • Confusion des positions revendicatives • Maintien d'une autre OS sous perfusion • Pas la même conception du syndicalisme
6. Sécuriser le calendrier	Éviter l'urgence et le stress de fin de campagne	• Faire un point d'étape interne régulier • Informer votre syndicat et la FNEE-CGT de l'avancement • Finaliser la liste avant juin	• Une liste prête tôt = une campagne sereine • Permet de se concentrer ensuite sur la mobilisation
7. Validation collective	Construire une liste assumée et solide	• Valider la liste en section ou CE • Vérifier l'équilibre femmes/hommes • Préparer la suite de la campagne	• La liste est un collectif, pas une addition de noms • Chacun·e doit savoir pourquoi il/elle s'engage

1^{ère} situation - section en fragilité de syndiqué·es

Faire campagne : la bataille décisive

De septembre jusqu'à la veille du vote, la campagne change de rythme.

On entre dans la phase décisive, celle où tout se joue. Cette dernière ligne droite exige une mobilisation maximale, collective et déterminée de toute la section.

Mobiliser toute la section pour faire voter CGT

C'est le moment où toute la section, sans exception, doit être mobilisée.

Chaque syndiqué·e, chaque élu·e, doit contribuer à l'effort collectif. Répartissez-vous les tâches en fonction des disponibilités et des compétences de chacun·e : certain·es seront plus à l'aise pour distribuer des tracts, d'autres pour animer des discussions, d'autres encore pour gérer la communication écrite ou la logistique. L'important est que personne ne reste sur le banc de touche.

Organisez des réunions du collectif de campagne régulières, au moins hebdomadaires durant cette période, pour faire le point sur l'avancement, partager les retours terrain, ajuster votre stratégie si nécessaire et maintenir la dynamique collective. Ces moments de coordination sont essentiels pour garder le cap et entretenir la motivation de l'équipe militante.

Aller au contact des collègues : une priorité absolue

Cette période doit être consacrée en priorité à un véritable tour des collègues sur leur lieu de travail.

Il ne s'agit pas simplement de distribuer des tracts, mais d'engager de véritables discussions, d'écouter et de récolter des informations précieuses. Allez à la rencontre de vos collègues dans les bureaux, les ateliers, les couloirs, la cantine, partout où il est possible d'échanger. Prenez le temps de discuter avec elles et eux, même brièvement. Posez-leur des questions ouvertes sur leurs conditions de travail, leurs préoccupations quotidiennes, ce qui les préoccupe dans leur service.

Ces échanges vous permettront d'identifier concrètement les revendications des personnels : problèmes d'organisation du

travail, manque de moyens, questions de rémunération, problématiques de santé au travail, besoins en formation, difficultés liées aux conditions matérielles, climat social dégradé... Notez systématiquement ces remontées terrain. Elles constituent la matière première pour élaborer un cahier revendicatif solide et ancré dans la réalité du quotidien des agent·es, ou pour rédiger une profession de foi qui parle vraiment aux personnels parce qu'elles reflètent leurs préoccupations réelles.

→ **Fiche de tournée syndicale (annexe 4)**

Construire une campagne de terrain visible et offensive

Cette présence physique régulière auprès des collègues est essentielle pour donner de la visibilité à la CGT.

- ☒ Organisez des distributions de tracts aux heures d'arrivée et de départ, devant les entrées principales, dans les lieux de passage.
- ☒ Renforcez l'affichage syndical sur les panneaux syndicaux.
- ☒ Programmez des HMI avec des thématiques qui interpellent les agent·es. Des modèles de HMI de tracts et d'affiches vous seront fournis par la FNEE.
- ☒ Organisez des cafés syndicaux ou petits-déjeuners pour créer des moments d'échange conviviaux.

- ☒ Élaborez le cahier revendicatif et la profession de foi qui doivent traduire les réalités du terrain en priorités claires, relier le local au national et donner aux collègues une raison concrète, utile et combative de voter CGT.

L'objectif est d'être présent, visible, accessible et à l'écoute. Les agent·es doivent voir que la CGT est active, mobilisée et porte leurs préoccupations.

Le dépôt officiel des listes : une étape administrative cruciale

Date limite le 22 octobre 2026

Au milieu de cette effervescence militante, n'oubliez pas l'aspect administratif indispensable : le dépôt officiel de vos listes de candidat·es. Vérifiez scrupuleusement les dates limites imposées par l'administration.

Un dépôt hors délai vous priverait purement et simplement de la possibilité de vous présenter. Assurez-vous que vos listes

sont complètes, conformes aux exigences réglementaires (nombre de candidat·es, respect de la parité, signatures des candidat·es...). Préparez tous les documents nécessaires en amont et ne vous y prenez pas au dernier moment.

Désignez un ou deux camarades responsables de cette démarche pour éviter tout oubli ou erreur.

Combattre l'abstention : un des enjeux de 2026

L'abstention a fortement progressé lors des élections de 2022 dans de nombreux services.

L'abstention a fortement progressé lors des élections de 2022 dans de nombreux services. Ce phénomène affaiblit la légitimité des élu·es et réduit la capacité des organisations syndicales à peser face aux directions.

Vous devez donc impérativement définir une stratégie claire et offensive pour réduire l'abstention et faire voter un maximum de collègues.

Commencez par analyser les causes de l'abstention dans votre contexte : désintérêt pour les questions syndicales, présence d'une seule liste, sentiment d'impuissance face à la direction, méconnaissance du rôle des instances représentatives, horaires de vote inadaptés, difficultés d'accès au matériel informatique, télétravail généralisé... Chaque situation appelle des réponses spécifiques.

Pour lutter contre l'abstention, plusieurs leviers peuvent être actionnés :

- ☑ Expliquer l'utilité concrète du vote : montrez aux agent-es ce que les élu-es CGT ont obtenu durant le mandat précédent. Démontrez que voter CGT, c'est se donner les moyens de faire avancer des revendications concrètes.
- ☑ Rassurer sur l'acte de vote : rappelez que le vote est secret, que personne ne saura pour qui chacun-e a voté, que c'est un droit fondamental.
- ☑ Faciliter l'accès au vote : vérifiez que le matériel informatique du vote électronique soit disponible et soit adaptés à tous les rythmes de travail (équipes, horaires décalés...). Assurez-vous que tout le monde sait comment voter.
- ☑ Organiser une tournée de bureaux ou de sites dans les jours précédant le scrutin : allez voir personnellement les collègues pour leur rappeler la date de vote et l'importance de leur participation.
- ☑ Communiquer massivement dans les derniers jours : multipliez les rappels sur les dates, les horaires, les modalités de vote.
- ☑ Mobiliser vos réseaux : demandez à chaque militant-e d'échanger avec ses collègues proches pour les inciter à voter.
- ☑ Le jour du scrutin, rappeler aux agent-es que l'on croise à ses collègues qu'ils peuvent voter cependant pas d'action de propagande visible mails et distribution de tracts car la campagne sera close la veille au soir du scrutin soit le 2 décembre 2026 à 00:00.

Tenir jusqu'au bout avec détermination

La campagne électorale est un marathon, pas un sprint. Elle demande de l'énergie, de la détermination et de la persévérance. Les derniers jours peuvent être épuisants, mais c'est souvent là que tout se joue. Gardez le cap, maintenez la cohésion de votre équipe, encouragez-vous mutuellement. Chaque discussion, chaque tract distribué, chaque affiche posée peut faire la différence. Souvenez-vous que vous ne vous battez pas pour vous-mêmes, mais pour défendre collectivement les droits et les intérêts de tous les agent-es de votre service.

Une campagne bien menée, c'est une campagne où l'on aura tout donné, où l'on aura été au contact des personnels, où l'on aura porté haut et fort les revendications et les valeurs de la CGT. Quelle que soit l'issue du scrutin, vous pourrez être fier-es du travail accompli et de l'engagement collectif dont vous aurez fait preuve.

RÉCAPITULATIF - FAIRE CAMPAGNE (période : septembre 2026 → veille du vote)

AXES DE CAMPAGNE	OBJECTIFS POLITIQUES	ACTIONS CONCRÈTES À MENER	QUI ?	RYTHME / POINTS DE VIGILANCE
1. Aller au contact des collègues	Installer la CGT comme syndicat proche, utile et à l'écoute	• Aller à la rencontre des collègues sur leur lieu de travail (bureaux, ateliers, couloirs, cantine, sites isolés) • Engager des discussions courtes mais régulières • Poser des questions ouvertes sur le travail, les conditions de travail, les difficultés rencontrés	Le collectif	• Privilégier le face-à-face • Noter systématiquement les retours terrain • Ne pas débattre pour convaincre à tout prix : écouter d'abord
2. Recueillir les revendications	Construire une campagne ancrée dans le réel	• Identifier les problèmes récurrents (organisation, moyens, salaires, santé au travail...) • Faire le lien avec les revendications CGT • Alimenter le cahier revendicatif et la profession de foi	Le collectif	• Centraliser les informations • Vérifier que les revendications parlent au plus grand nombre
3. Rendre la CGT visible	Montrer une CGT active, présente et organisée	• Tractage aux heures d'arrivée et de départ • Mise à jour régulière des panneaux syndicaux • Diffusion d'informations CGT (tracts, mails, affiches)	Référent-e communication + appui du collectif	• Varier les formats • Ne jamais laisser un panneau vide ou obsolète
4. Animer des temps collectif	Créer du lien et de la confiance	• Organiser des HMI spéciales campagne • Cafés syndicaux, petits-déjeuners militants • Favoriser les échanges informels	Le collectif	• Choisir des thèmes concrets • Privilégier la convivialité
5. Utiliser les outils fédéraux	Harmoniser la campagne et gagner en efficacité	• Utiliser les tracts, affiches et supports fournis par la FNEE • S'appuyer sur la fiche de tournée syndicale	Référent-e communication	• Adapter les outils au contexte local sans les dénaturer
6. Dépôt des listes	Sécuriser la présence CGT au scrutin	• Vérifier la conformité des listes (nombre, parité) • Réunir signatures et pièces administratives • Déposer la liste dans les délais	Référent-e élections	Date limite : 22 octobre 2026 • Anticiper, ne pas attendre le dernier moment
7. Mobiliser toute la section	Faire de la campagne une démarche collective	• Répartir les tâches selon les disponibilités • Associer chaque syndiqué-e à au moins une action • Valoriser chaque contribution	Le collectif	• Personne ne reste à l'écart • Soutien mutuel indispensable
8. Suivi et ajustement	Garder le cap jusqu'au vote	• Réunions d'équipe de campagne hebdomadaires • Bilan des actions menées • Ajustement de la stratégie	Le collectif	• Partager les réussites • Traiter collectivement les difficultés

2^e situation - section solide mais avec perte de voix et

Nous n'avons pas de problème pour constituer une liste, mais nous avons eu une chute des voix et une forte abstention. Enjeu : reconquérir l'électorat CGT et convaincre les abstentionnistes.

.....

Comprendre la situation et ses enjeux

Cette situation concerne des sections disposant d'une implantation réelle, d'un collectif militant actif et d'une capacité à déposer une liste, mais dont les résultats électoraux traduisent un décrochage politique avec recul du nombre de voix CGT, une progression de l'abstention et parfois une concurrence renforcée d'autres organisations syndicales.

Ce phénomène ne doit pas être lu comme un désaveu mécanique de la CGT, mais comme un signal d'alerte. Il interroge la lisibilité de notre action, notre capacité à parler aux collègues les plus éloignés du syndicalisme et la perception de notre utilité concrète dans le service. L'enjeu de la campagne 2026 est donc de repolitiser le vote, de reconnecter l'action syndicale aux préoccupations quotidiennes des collègues et de transformer la présence militante en dynamique électorale.

Évaluer la situation de départ

La première étape consiste à analyser finement les résultats électoraux sur la période 2014-2022 : évolution du score CGT, progression ou stagnation des autres organisations, évolution du nombre de votants et du taux d'abstention. Il est essentiel d'identifier où la CGT a perdu des voix.

Parallèlement, il convient de dresser un état des lieux de l'activité de la section depuis 2022 :

- fréquence et participation lors des HMI
- visibilité des tracts, présence dans les services
- actions mises en place

L'objectif n'est pas de se flageller, mais de comprendre ce qui fonctionne, ce qui fonctionne moins, et ce qui n'est plus audible.

Réorienter la campagne vers les abstentionnistes

Dans cette situation, la campagne ne peut pas se limiter à convaincre les convaincus. Elle doit cibler prioritairement les collègues qui ne votent plus ou qui se sont détournés du vote CGT. Cela suppose un travail de terrain renforcé, basé sur l'écoute, les échanges individuels et la prise en compte des colères, du découragement ou du sentiment d'inutilité du vote.

Les HMI, les tournées de service et les temps informels doivent être pensés comme des espaces de débat et non comme de simples moments de diffusion d'informations. Il s'agit de montrer que la CGT est un outil collectif au service des agent-es, capable d'agir concrètement et de peser, même dans un contexte dégradé.

Structurer une campagne offensive et lisible

La section doit se doter d'un collectif de campagne clairement identifié, avec une répartition des rôles et un rétro-planning précis. Les revendications portées doivent être issues du terrain, hiérarchisées et formulées de manière claire et accessible.

La profession de foi et les supports de campagne doivent répondre explicitement aux questions que se posent les abstentionnistes :

- « À quoi sert la CGT ? »
- « Qu'est-ce que ça change de voter ? »
- « Qu'est-ce que la CGT a obtenu concrètement ici ? »

L'enjeu central est de transformer une section solide en force électorale visible, en reconnectant action syndicale, discours politique et vote CGT.

S'organiser pour reconquérir en 3 pôles opérationnels et complémentaires

Reconquérir les voix perdues et ramener les abstentionnistes vers le vote CGT ne relève ni du hasard ni d'une bonne affiche. C'est le produit d'une organisation militante structurée, assumée et collective. Une section, même de taille modeste, peut mener une campagne offensive si les rôles sont clairs, les responsabilités partagées et le travail coordonné.

forte abstention

1. PÔLE PILOTAGE & STRATÉGIE - Donner le cap et tenir la ligne

Ce pôle regroupe les fonctions d'organisation et de revendicatif. Il constitue le centre politique de la campagne.

Il fixe la direction, assure la cohérence d'ensemble et relie chaque action de terrain à un objectif revendicatif clair.

Il pilote la stratégie globale de campagne, coordonne les différents chantiers, garantit le respect du calendrier et des priorités politiques. Il constitue et anime le collectif de campagne, construit et suit le rétroplanning, organise les réunions de suivi et les bilans intermédiaires. Il assure la coordination avec le syndicat, le/la référent·e élections en lien avec la CCEF.

Sur le fond, il transforme les remontées du terrain en contenu politique. Il analyse les résultats électoraux passés, identifie les zones d'abstention, hiérarchise les priorités, construit le cahier revendicatif et alimente la profession de foi.

Il veille à ce que chaque support et chaque prise de parole réponde à la question : **à quoi sert la CGT ici, concrètement, pour les collègues ?** 2^e situation - Section solide mais perte de voix et abstention forte

Dans une période de recul électoral, ce pôle est décisif. Il évite la dispersion, politise la campagne et donne une lecture claire de chaque initiative.

2. PÔLE TERRAIN & DÉPLOIEMENT – Rendre la CGT visible et présente partout

Ce pôle regroupe les fonctions de logistique et de déploiement militant. Sa mission est simple : transformer la stratégie en présence réelle auprès des collègues.

Il organise matériellement la campagne : tournées de services, HMI, heures d'info syndicale, permanences, temps informels, points de contact réguliers. Il planifie la présence CGT dans les sites et les équipes, anticipe les temps forts et évite l'improvisation.

Il coordonne la distribution des tracts, l'affichage, la diffusion des supports et la visibilité physique de la CGT.

Il gère le matériel militant, prépare les séquences de terrain et s'assure que chaque temps de campagne est utile, préparé et suivi.

Son rôle est central pour recréer du lien avec les collègues éloignés du syndicalisme et rompre le sentiment d'absence syndicale.

Dans un contexte d'abstention forte, c'est ce pôle qui multiplie les occasions de contact direct, condition indispensable pour convaincre et remobiliser.

3. PÔLE SÉCURISATION & COMMUNICATION – Fiabiliser et rendre crédible

Ce pôle regroupe les fonctions administratives et communicationnelles. Il protège la campagne sur le plan réglementaire et renforce sa crédibilité publique.

Sur le plan électoral, il sécurise tout le processus : suivi des échéances, conformité des procédures, vérification des effectifs, gestion des listes de candidat·es, respect de la parité, collecte des signatures et pièces réglementaires. Il tient les fichiers militants et sympathisants, organise les contacts, et maintient le lien avec le référent élections et la CCEF. Son travail évite toute fragilité technique qui pourrait invalider ou affaiblir la démarche collective.

Sur le plan politique et public, il rend la CGT lisible. Il construit les tracts, affiches et messages de campagne, met en cohérence le discours écrit et oral, valorise les résultats obtenus par les élu·es CGT et adapte les messages aux différents publics, notamment aux abstentionnistes et aux collègues peu syndiqués.

Sa mission est stratégique : transformer la visibilité en crédibilité, et la crédibilité en votes CGT

Une organisation souple mais exigeante

Cette structuration en trois pôles n'est pas un modèle rigide mais un cadre d'efficacité. Dans une petite section, une même équipe peut couvrir plusieurs pôles ; dans une section plus large, ils peuvent être davantage répartis. Ce qui compte n'est pas le nombre de cases, mais la clarté des responsabilités, le suivi réel des tâches et la cohérence politique d'ensemble.

Une campagne gagnante ne dépend pas d'abord du nombre de militant·es, mais de leur organisation, de leur régularité et de leur capacité à parler utilement aux collègues. C'est cette discipline collective qui transforme une section en force électorale.

2^e situation - section solide mais avec perte de voix et

TABLEAU OPÉRATIONNEL : organisation de la campagne en 3 pôles

PÔLE	OBJECTIFS POLITIQUES	MISSIONS PRINCIPALES	ACTIONS CONCRÈTES
Pôle Pilotage et Stratégie	Donner un cap clair à la campagne et transformer l'activité militante en dynamique électorale CGT	- Définir la stratégie de campagne - Coordonner le collectif militant - Construire et suivre le rétroplanning - Analyser les résultats passés et les zones d'abstention - Transformer les remontées terrain en revendications - Construire le cahier revendicatif et nourrir la profession de foi - Assurer le lien avec le référent élections et la CCEF	- Mettre en place le collectif de campagne - Tenir des réunions de pilotage régulières - Établir un rétroplanning détaillé - Cartographier les secteurs faibles / abstentionnistes - Organiser la collecte des remontées terrain - Rédiger le cahier revendicatif local - Produire les axes politiques de la profession de foi
Pôle Terrain et Déploiement	Rendre la CGT visible, accessible et présente dans tous les services pour recréer le lien et convaincre	- Organiser la présence CGT sur le terrain - Planifier les tournées de services - Déployer les actions de contact direct - Organiser les HMI et temps collectifs - Structurer les temps forts de campagne - Assurer la diffusion physique des supports	- Planifier des tournées d'équipes et de sites - Organiser des distributions de tracts ciblé - Mettre en place des HMI thématiques - Tenir des cafés syndicaux / points contact - Renforcer l'affichage syndical - Préparer les temps forts (rentrée, dépôt liste, dernière ligne droite) - Suivre un tableau de présence terrain par secteur
Pôle Sécurisation et Communication	Sécuriser la campagne et rendre la CGT lisible, crédible et identifiable	- Sécuriser les procédures électorales - Suivre les échéances réglementaires - Gérer les données effectifs et parité - Constituer et vérifier les listes de candidat-es - Tenir les fichiers militants et sympathisants - Produire les supports de communication - Assurer la cohérence des messages	- Vérifier les effectifs officiels et règles de parité - Contrôler les pièces candidatures et signatures - Suivre le calendrier de dépôt de liste - Mettre à jour les fichiers contacts - Rédiger tracts, affiches, mails de campagne - Valoriser les résultats CGT obtenus - Adapter les messages aux abstentionnistes - Coordonner les diffusions papier et numériques

Le premier travail de ce collectif

Une fois le collectif élections constitué, la première décision stratégique à prendre est l'élaboration d'un rétro-planning de campagne. C'est un passage obligé. Il ne s'agit pas d'un exercice administratif, mais d'un acte politique d'organisation. Le collectif doit se mettre d'accord, dès le départ, sur le calendrier de travail, les grandes étapes et les priorités à tenir jusqu'au scrutin. Ce rétro-planning permet de transformer un groupe de camarades en une équipe de campagne opérationnelle, capable d'anticiper, de se répartir les tâches et de tenir le cap dans la durée. C'est lui qui sécurise la constitution de la liste, évite les temps morts, et donne de la cohérence à l'ensemble des actions militantes. Sans rétro-planning, on subit le calendrier électoral ; avec lui, on le maîtrise. C'est donc le premier outil collectif à construire, partager et faire vivre tout au long de la campagne.

→ Exemple de rétro-planning adaptable et modifiable (annexe 2)

Faire campagne dès mars : prendre l'initiative et imposer la CGT sur le terrain

Avec une équipe militante structurée la CGT dispose d'un atout décisif. Elle a la capacité à faire campagne plus tôt, plus fort et plus largement. Il ne s'agit pas d'attendre la rentrée de septembre pour exister, mais de prendre l'initiative dès le printemps et d'installer durablement la CGT comme un acteur incontournable du service.

La campagne ne commence pas le jour où l'on imprime le premier tract électoral. Elle commence dès que la CGT est visible, utile et présente auprès des collègues.

forte abstention

MARS À JUIN : installer la présence CGT et préparer la dynamique

Dès le mois de mars, la section entre dans une phase de campagne active de terrain. L'objectif est double. Elle doit reprendre la main politiquement et préparer la montée en puissance de la rentrée. **Avec une équipe étoffée, il devient possible d'organiser :**

- ☑ des tournées régulières par service, site ou pôle, avec répartition claire des secteurs entre militants
- ☑ des échanges ciblés avec les collègues, en particulier celles et ceux qui ne votent plus ou se sont éloignés de la CGT
- ☑ des HMI thématiques construites à partir des réalités locales et des revendications nationales
- ☑ une présence visible et continue (affichage, tracts, HMI, cafés syndicaux)

Ce temps permet de recueillir massivement les attentes, d'identifier les colères, mais aussi de valoriser concrètement ce que la CGT a déjà obtenu. Chaque discussion est déjà un acte de campagne. Chaque présence renforce la crédibilité du syndicat.

JUILLET - AOÛT : consolider et structurer

La période estivale ne doit pas être un temps mort.

Elle permet de :

- ☑ finaliser le cahier revendicatif à partir des remontées terrain
- ☑ stabiliser les messages politiques
- ☑ sécuriser la constitution de la liste et préparer les supports de rentrée
- ☑ répartir les rôles pour la phase finale de campagne

Une équipe de militant·es bien organisée permet d'anticiper sans s'épuiser, en maintenant une activité régulière mais maîtrisée.

SEPTEMBRE → SCRUTIN : la bataille décisive

À la rentrée, la campagne change de rythme. Ce qui a été préparé depuis mars devient visible et lisible pour l'ensemble des personnels. **La priorité reste le contact direct :**

- ☑ tournées systématiques dans tous les services
- ☑ distributions ciblées aux moments clés de la journée
- ☑ HMI spéciales campagne
- ☑ temps conviviaux pour toucher les collègues les plus éloignés du syndicalisme.

La différence, avec une équipe solide, c'est la capacité à occuper le terrain en continu, sans laisser de zones blanches, et à faire vivre une dynamique collective.

Sécuriser l'administratif sans casser la dynamique

En parallèle, l'aspect administratif est anticipé très en amont. Le dépôt de la liste, dont la date limite est fixée au **22 octobre 2026**, ne doit jamais devenir un point de tension. Un ou deux camarades sont clairement identifiés pour sécuriser les échéances, pendant que le reste de l'équipe reste concentré sur la campagne.

Mobiliser tout le collectif jusqu'au bout

Dans une section personne n'est spectateur. Chacun a un rôle, une responsabilité, une place dans la campagne.

Les réunions du collectif de campagne, hebdomadaires à partir de septembre, permettent de :

- partager les retours terrain ;
- ajuster les messages ;
- maintenir la motivation ;
- renforcer la cohésion militante.



C'est cette organisation anticipée, collective et offensive qui permet de transformer une section solide en force électorale majoritaire, capable de reconquérir les abstentionnistes et de faire du vote CGT un vote utile, conscient et assumé.

La campagne électorale est un marathon qui demande de l'énergie, de la détermination et de la persévérance. Les derniers jours peuvent être épuisants, mais c'est souvent là que tout se joue.

Maintenez la cohésion de votre collectif de campagne. Organisez des réunions hebdomadaires durant cette période pour faire le point sur l'avancement, partager les retours terrain, ajuster votre stratégie si nécessaire et maintenir la dynamique collective.

Encouragez-vous mutuellement. Valorisez chaque action menée, chaque échange positif avec des agents, chaque petit succès. Gardez le cap et rappelez-vous régulièrement pourquoi vous vous battez : pour défendre collectivement les droits et les intérêts de tous les agents de votre service.

Chaque discussion, chaque tract distribué, chaque affiche posée peut faire la différence. Une campagne bien menée, c'est une campagne où l'on aura tout donné, où l'on aura été au contact des agents, où l'on aura porté haut et fort les revendications et les valeurs de la CGT.

Quelle que soit l'issue du scrutin, vous pourrez être fiers du travail accompli, du collectif construit et de l'engagement dont vous aurez fait preuve. Et ce collectif de campagne, s'il est bien animé et valorisé, pourra constituer une base solide pour renforcer durablement votre section au-delà des élections.

3^e situation - Bons résultats à consolider

Nous avons obtenu un très bon score en 2022.

Enjeu : maintenir la dynamique et transformer le capital en ancrage durable.

.....

Comprendre la situation et ses enjeux

Un bon résultat électoral est une force, mais aussi une responsabilité. Il peut créer une dynamique positive, renforcer la crédibilité de la CGT et faciliter l'engagement de nouveaux militant·es. Mais il comporte également un risque, qui est celui de considérer le terrain comme acquis et de relâcher l'effort militant.

Dans cette situation, l'objectif de la campagne 2026 n'est pas seulement de conserver les positions acquises, mais de transformer le succès électoral en implantation durable, en élargissant la base militante et en consolidant le lien avec les collègues.

Analyser les facteurs du succès de 2022

La première étape consiste à analyser finement les résultats électoraux sur la période 2014–2022 : évolution du score CGT, progression ou stagnation des autres organisations, évolution du nombre de votants et du taux d'abstention. Il est essentiel d'identifier où la CGT a perdu des voix.

La section doit conduire une analyse rigoureuse de son bon score en 2022 en identifiant clairement les facteurs déterminants de cette réussite, qu'il s'agisse de la qualité du travail de terrain au plus près des collègues, de la clarté et de la crédibilité des revendications portées, de la forte visibilité des élu·es dans les services, de la capacité à apporter des réponses concrètes aux difficultés quotidiennes des agents ou encore de l'existence d'un contexte local particulier favorable. Cette démarche est essentielle pour transformer un succès passé en dynamique durable en vue de 2026.

Cette analyse collective permet de capitaliser sur les points forts et de les intégrer pleinement dans la stratégie de campagne.

Transformer la victoire électorale en dynamique militante

La campagne 2026 doit être l'occasion d'élargir le collectif au-delà du noyau existant. Les bons résultats facilitent le recrutement de nouveaux syndiqué·es et de futur·es candidat·es. Il est donc stratégique de proposer des temps d'accueil, des moments conviviaux et des espaces d'implication progressive pour les syndiqué·es.

Les élu·es doivent être pleinement intégrés à la campagne, non comme figures institutionnelles éloignées du terrain, mais comme relais de proximité capables d'expliquer leur action, leurs réussites et leurs limites.

Constitution du collectif de campagne début 2026

Le collectif de campagne doit être mis en place dès le début de l'année 2026.

Il s'appuie sur les forces existantes, tout en s'ouvrant volontairement à de nouveaux profils.

Il réunit :

- les militant·es actif·ves de la section,
- les élu·es issus du scrutin 2022,
- les nouveaux·elles syndiqué·es ou sympathisant·es repéré·es comme "ressources" potentielles.

L'objectif n'est pas de créer une structure lourde, mais un outil collectif souple, lisible et efficace, capable de piloter la campagne dans la durée.

Rôle central du collectif

Le collectif de campagne est chargé de :

- analyser collectivement les raisons du succès de 2022 et les intégrer à la stratégie 2026,
- identifier les marges de progression (services moins couverts, catégories éloignées, nouveaux agent·es),
- organiser l'élargissement du collectif militant,
- structurer la campagne pour éviter que tout repose sur les mêmes camarades.

Il est également le lieu où se discutent les priorités politiques, les messages à porter et les choix d'actions.

1. Pôle Organisation / Coordination

Le/la militant·e référent·e, souvent le ou la secrétaire de section

Ce pôle donne le cap et assure la cohérence de la campagne. Il anime le collectif, organise les temps de discussions internes, suit le rétro-planning et fait le lien avec la fédération (CCEF). Son rôle n'est pas de tout faire, mais de **s'assurer que la campagne avance**, que les échéances sont anticipées et que personne ne reste isolé.

2. Pôle Organisation / Coordination

Ce pôle est le cœur politique de la campagne. Il capte les colères, les attentes, les besoins des

collègues, à travers les discussions informelles, les HMI, les tournées de service. Il transforme ces échanges en revendications claires, compréhensibles et utiles.

Dans une petite section, ce pôle permet de **redonner du sens à l'action CGT**, même avec peu de moyens.

3. Pôle Organisation / Coordination

Ce pôle rend la CGT visible concrètement. Il s'occupe de l'affichage syndical, de la diffusion des tracts, de la réservation des salles pour les HMI, et de la circulation des informations essentielles.

Il ne s'agit pas de produire beaucoup, mais de **produire régulièrement**.

Une organisation souple mais exigeante

Dans une petite section, l'objectif n'est pas de tout faire, mais de **faire l'essentiel, ensemble et dans la durée**.

Les pôles sont regroupés, les rôles sont partagés, et chacun·e peut intervenir sur plusieurs dimensions.

TABLEAU OPÉRATIONNEL : organisation du collectif de campagne

Les rôles sont identifiés mais tout le monde peut aider partout - L'organisation doit être souple

PÔLES	OBJECTIFS POLITIQUES	MISSIONS PRINCIPALES	ACTIONS CONCRÈTES	REPÈRES / VIGILANCE
Organisation / Coordination	Donner un cap clair à la campagne dans la durée	- Animer le collectif - Suivre le rétro-planning - Faire le lien le syndicat	1 réunion de section / mois - Tableau de suivi simple - Remontées régulières au référent régional	Ne pas tout porter seul·e Décisions importantes prises collectivement
Revendicatif / Lien collègues	Reconnecter la CGT aux préoccupations des agent·es	- Écouter les collègues - Identifier les priorités locales - Alimenter les messages CGT	- Discussions informelles 1 HMI ou café syndical / trimestre - Notes terrain après chaque échange	Chaque discussion est déjà de la campagne
Logistique / Visibilité	Rendre la CGT visible et accessible	- Affichage syndical - Diffusion des tracts - Organisation matérielle des temps collectifs	- Mise à jour régulière du panneau - Tractage ciblé - Réservation des salles HMI	Régularité > quantité Visibilité continue

Mettre en place le rétro-planning : le fil conducteur de la campagne

Le rétro-planning n'est pas un simple tableau de dates. C'est l'outil politique central qui permet de transformer une volonté militante en campagne organisée. Sans rétro-planning, la campagne se réduit à une succession d'initiatives dispersées, dépendantes de l'urgence et de la disponibilité de chacun. Avec un rétro-planning, la section se dote d'un fil conducteur collectif : elle sait où elle va, à quel rythme, et avec quelles priorités. Il donne de la lisibilité à l'action, sécurise les échéances et permet à chaque militant·e de se situer dans l'effort commun.

Quelle que soit la taille de la section, la logique est identique. Une petite équipe de trois militant·es ou de sept poursuivent le même objectif politique. La différence ne porte pas sur la stratégie, mais sur la répartition du travail. Le rétro-planning permet précisément d'adapter l'organisation aux forces disponibles, sans renoncer à l'ambition.

➔ **Exemple de rétro-planning adaptable en fonction des enjeux et de l'organisation choisie (annexe 2)**

3^e situation - Bons résultats à consolider

Découper la campagne en grandes séquences politiques

Construire un rétro-planning commence toujours par une vision d'ensemble. Il ne s'agit pas d'empiler des dates, mais de structurer l'année électorale en grandes séquences politiques cohérentes. Cette étape est essentielle, car elle permet de sortir d'une logique d'improvisation et de penser la campagne comme un processus progressif.

On distingue d'abord un temps de préparation et d'analyse. C'est le moment où la section prend du recul, étudie les résultats passés, analyse son implantation et comprend les évolutions du service. Cette phase conditionne toute la suite, car une campagne efficace repose sur une connaissance fine du terrain.

Vient ensuite un temps de construction militante. Il s'agit d'élargir le collectif, de travailler les revendications, de reprendre contact avec les collègues. Ce temps prépare la campagne visible. Sans ce travail en amont, la mobilisation finale repose sur du sable.

La troisième séquence correspond à la campagne visible. La CGT devient omniprésente dans le service par les tournées, les HMI, les tracts, l'affichage... C'est la phase de conquête électorale à proprement parler.

Enfin, un temps de sécurisation électorale clôt la campagne. Il s'agit de verrouiller les aspects administratifs et d'organiser la mobilisation finale pour le vote. Cette phase garantit que le travail militant ne soit pas gâché par un oubli technique ou un défaut d'anticipation.

Décliner la stratégie pôle par pôle

Une fois les grandes séquences posées, le rétro-planning doit être décliné concrètement par pôle. Cette méthode évite que la campagne repose uniquement sur quelques camarades polyvalents. Elle permet de transformer une stratégie générale en responsabilités opérationnelles claires.

Dans une petite section, les actions sont volontairement limitées mais régulières. Chaque militant·e porte un rôle

principal, tout en s'entraînant en permanence.

Le rétro-planning sert alors à fixer un cadre réaliste, pour éviter l'épuisement et maintenir une présence constante.

Dans une section plus étoffée, les tâches peuvent être mieux réparties. Chaque pôle est animé par un ou deux référents. Le rétro-planning devient un outil de coordination collective, qui articule revendicatif, communication et terrain, plutôt qu'une simple liste de choses à faire.

Inscrire les actions dans le calendrier réel

Le rétro-planning prend toute sa valeur lorsqu'il est confronté au temps réel. Il ne s'agit pas d'aligner des intentions, mais de positionner chaque action dans le calendrier concret de la section.

Pour chaque initiative, le collectif doit se poser systématiquement trois questions simples mais décisives. D'abord, à quel moment cette action est-elle politiquement utile. Ensuite, qui en est responsable, afin d'éviter que tout repose sur des volontaires flous. Enfin, avec quels appuis, car la section n'est jamais seule et peut s'appuyer sur son syndicat, le référent régional et la CCEF ainsi que les outils mis à disposition (Affiches, Tracts, Fiches HMI, Profession de foi...)

Cette méthode garantit un rétro-planning lisible, opérationnel et réellement utilisable par toute la section.

Faire vivre le rétro-planning dans la durée

Un rétro-planning n'est pas figé. Une fois validé collectivement, il doit être partagé à toute la section et devenir un outil de travail permanent. Il sert de support aux bilans intermédiaires, permet de mesurer l'avancement réel de la campagne et d'ajuster la stratégie en fonction du terrain.

Si une action n'a pas pu être menée, on la reprogramme. Si un sujet monte fortement dans le service, on renforce la séquence correspondante.

Le rétro-planning devient ainsi un instrument vivant de pilotage collectif, au service de l'efficacité militante, et non un document administratif de plus.

Construire une campagne de terrain visible et offensive

La visibilité de la CGT doit être maximale que cela soit en pré-campagne et campagne officielle. Multipliez les actions et diversifiez les formats pour toucher le plus grand nombre :

Organisez des tournées syndicales

Mobilisez votre collectif de campagne pour couvrir le maximum de lieux de travail, y compris ceux où vous êtes habituellement moins présents. Allez à la rencontre des collègues dans les bureaux, les ateliers, les espaces de pause, la cantine, partout où il est possible d'échanger.

Distributions de tracts

Programmez des distributions régulières aux heures d'arrivée et de départ, devant les entrées principales, dans les lieux de passage. Mobilisez votre collectif pour que ces distributions soient massives et créent un effet d'entraînement.

Affichage syndical

Saturez tous les espaces autorisés (panneaux syndicaux, salles de pause, vestiaires) avec vos affiches de campagne. Renouvelez-les régulièrement pour maintenir l'attention.

HMI spéciales campagne

Organisez des HMI thématiques sur les sujets qui préoccupent les agents. La FNEE vous fournira des modèles d'HMI adaptés. Profitez de ces temps pour présenter votre profession de foi et votre cahier revendicatif, recueillir les réactions et ajuster si nécessaire.

Stands d'information

Installez des stands dans les lieux de vie (halls, cafétéria, espaces de pause) pour être accessibles, répondre aux questions et distribuer vos documents de campagne.

Cafés syndicaux ou petits-déjeuners

Créez des moments d'échange conviviaux où les agents peuvent venir discuter dans une ambiance détendue. Ces formats informels permettent souvent des discussions plus approfondies.

Réunions par service ou par site

Si possible, organisez des réunions pour présenter votre profession de foi et/ou votre cahier revendicatif, échanger avec les agents et répondre à leurs questions.

Communication multicanal

Utilisez tous les outils à votre disposition (mails, affichages, réseaux sociaux si vous en disposez) pour diffuser massivement vos messages de campagne.

Élaboration du cahier revendicatif et de la profession de foi

L'élaboration du cahier revendicatif et de la profession de foi est une étape centrale de la campagne.

Ce n'est pas un exercice de communication abstrait, mais un acte politique majeur.

Ces documents doivent incarner la CGT telle que les collègues la vivent au quotidien : utile, combative et ancrée dans la réalité du service.

Ils doivent être construits à partir du terrain. Les tournées de services, les discussions individuelles, les HMI, les remontées des élu-es, les échanges informels à la machine à café constituent une matière politique précieuse. Ce sont ces paroles de collègues, leurs colères, leurs attentes, leurs difficultés concrètes qui doivent nourrir vos revendications locales. En partant du vécu réel des agent-es, vous construisez un discours crédible, compréhensible et mobilisateur.

Ce travail local doit être articulé avec les revendications nationales de la CGT. Il s'agit de faire le lien entre les grandes batailles collectives et les réalités du service. Cela permet de montrer que la CGT agit à tous les niveaux, du bureau, de l'atelier, du centre, de l'agence, du service au ministère, et que le vote CGT est un levier pour peser à la fois localement et nationalement.

Le cahier revendicatif doit hiérarchiser clairement les priorités. Trop de revendications tuent la revendication. Il vaut mieux porter quelques exigences fortes, concrètes et directement liées aux conditions de travail, plutôt qu'un catalogue généraliste. Chaque revendication doit répondre à une question simple que se posent les collègues : qu'est-ce que la CGT va changer ici, concrètement ?

La profession de foi, quant à elle, est la traduction politique et synthétique de ce travail. Elle doit parler directement aux collègues, avec un langage clair, accessible et combatif. Elle doit montrer ce que la CGT a déjà obtenu, ce qu'elle défend aujourd'hui et ce qu'elle veut conquérir demain. Elle doit

donner envie de voter CGT, en démontrant que ce vote est utile, efficace et porteur d'avenir collectif.

Ces documents ne sont pas faits pour rester dans un tiroir. Ils doivent vivre dans la campagne. Présentez-les en HMI, appuyez-vous dessus lors des tournées de service, diffusez-les par mail et en version papier. Ils deviennent ainsi des outils de discussion, de conviction et de mobilisation, et non de simples supports électoraux.

Un cahier revendicatif solide et une profession de foi ancrée dans le réel sont des armes politiques. Ils transforment la parole syndicale en dynamique collective et donnent au vote CGT un contenu concret et crédible.

L'objectif est d'être présent, visible, accessible et à l'écoute. Les collègues doivent voir que la CGT est active, mobilisée et porte leurs préoccupations.

Même en position favorable, une campagne se gagne par la discipline collective et la durée.

Le collectif de campagne doit être animé régulièrement pour éviter l'essoufflement et la routine. Les bilans intermédiaires permettent d'ajuster les priorités, de maintenir la motivation et de valoriser le travail accompli.

Cette méthode empêche la dérive classique des sections solides qui s'appuient sur leur avance sans structurer l'effort. Elle transforme une campagne confortable en campagne conquérante, capable non seulement de conserver ses voix mais d'en gagner de nouvelles.

4^e situation - services sans liste CGT déposée en 2022

"Je suis syndiqué et il n'y a pas eu de liste CGT sur les dernières élections professionnelles (2022, 2018, 2014), alors qu'il y en avait auparavant." Enjeu : reconstituer un noyau de syndiqué-es et de sympathisant-es, retrouver une visibilité CGT.

.....

Comprendre la situation et ses enjeux

Vous êtes syndiqué-es CGT dans un service où aucune liste n'a été présentée lors des dernières élections professionnelles de 2022, voire même en 2018 ou 2014, alors qu'une présence CGT existait auparavant.

Cette situation n'est pas une fatalité. L'enjeu principal consiste à reconstituer progressivement un noyau de syndiqué-es et de sympathisant-es, à retrouver une visibilité CGT dans le service et à renouer avec les agent-es qui se sentent peut-être délaissé-es ou sans représentation depuis ces absences successives. Il s'agit de rebâtir une dynamique collective en s'appuyant sur l'histoire syndicale locale et sur les besoins actuels des collègues.

Évaluer la situation de départ

Avant de se lancer dans la campagne, il est indispensable de connaître précisément son service et son fonctionnement réel. Une campagne efficace ne se construit pas hors-sol, elle s'appuie sur une compréhension fine du terrain et des lieux où vivent et travaillent les agent-es et les syndiqué-es.

Commencez par analyser les résultats électoraux de votre service sur la période 2014-2022 afin de reconstituer l'historique de l'implantation CGT : nombre de voix, nombre d'élus-es, moments de progression ou, au contraire, de recul. Identifiez à quel moment la dynamique s'est essouffée et dans quel contexte. Cette lecture politique permet de mesurer les forces passées de la CGT et de tirer des enseignements utiles pour reconstruire.

Parallèlement, analysez le paysage syndical actuel. Quelles organisations sont présentes dans le service ? Quelle est leur stratégie ? Disposent-elles d'une communication régulière (tracts, mails, HMI, comptes-rendus de CSA ou de F3SCT) ou sont-elles peu visibles ? Cette analyse permet d'identifier les espaces laissés vacants, les sujets peu ou mal traités et les attentes insatisfaites des agent-es.

Cette double lecture, politique et territoriale est un préalable incontournable. Elle vous permet d'adapter votre campagne à la réalité du service, de cibler vos actions, et de reconstruire une présence CGT crédible, utile et au plus près des collègues.

Retrouver et contacter les anciens syndiqués / militants

Ne repartez jamais de zéro quand une histoire syndicale existe. Capitalisez sur l'ancienne présence CGT locale en récupérant les listes de candidats déposées lors des scrutins de 2010, 2014 et 2018 dans les archives de l'ancienne section CGT de votre service.

Ces listes contiennent les noms des anciens candidats et militants qui ont porté les couleurs de la CGT à des moments où la section était active. Vérifiez ensuite qui parmi ces personnes est encore en activité dans le service en utilisant l'annuaire interne.

Prenez un premier contact, soit directement si vous êtes sur le même site, soit par messagerie ou téléphone si vous

êtes éloignés géographiquement. Un message simple et direct fonctionne généralement bien :

"Bonjour, je suis syndiqué CGT dans notre service. J'ai vu que tu avais été candidat-e CGT aux élections professionnelles par le passé. On prépare les élections 2026, et j'aimerais qu'on discute ensemble de ton expérience d'élus-e à l'époque où il y avait une liste CGT et de ce qui pourrait être fait aujourd'hui."

Ces échanges permettent de mesurer les motivations, de recueillir des témoignages précieux sur ce qui a fonctionné ou non, et parfois de réveiller des énergies militantes qui ne demandent qu'à se réengager.

Construire un noyau militant

L'objectif est de réunir des personnes motivées autour d'un projet de reconstruction syndicale, même si elles ne sont pas toutes syndiquées au départ. La diversité des profils enrichit la dynamique : un ancien élu qui connaît les rouages institutionnels, un syndiqué isolé sur un autre site qui apporte un regard différent, un collègue mobilisé

par des revendications locales concrètes (conditions de travail, réorganisation, télétravail...) mais qui n'a jamais franchi le pas du syndicalisme.

Ce petit groupe constituera le socle sur lequel reconstruire une présence CGT visible et crédible. Une fois ce noyau constitué, organisez une première réunion de diagnostic

ou sur plusieurs scrutins antérieurs

pour poser collectivement les bases du travail à venir. Cette rencontre doit permettre de présenter les données concrètes du service : effectifs par catégorie, taux d'abstention aux derniers scrutins, résultats passés de la CGT et des autres organisations syndicales.

Enfin, désignez un référent local, même à titre temporaire, qui centralisera les informations et assurera le lien

régulier avec le syndicat, le/la référent·e régional·e et la CCEF (Commission de Campagne Électorale Fédérale).



Cette coordination est essentielle pour bénéficier de l'appui, des outils et de l'expérience de la fédération, et pour ne pas rester isolés dans la reconstruction syndicale.

Un collectif structuré : organisation en 2 pôles militants

Dans une petite section, l'objectif n'est pas de tout faire, mais de faire l'essentiel, ensemble et dans la durée. Les pôles sont regroupés, les rôles sont partagés, et chacun·e peut intervenir sur plusieurs dimensions.

1. PÔLE STRATÉGIE, ORGANISATION ET REVENDICATIONS

Ce pôle constitue le centre du collectif de campagne. Il définit la direction, le sens et le contenu du travail militant. Il s'appuie sur le diagnostic du service et les retours terrain pour bâtir une ligne CGT crédible, utile et offensive. C'est ici que se construit la cohérence entre revendications, candidatures et message de campagne.

Il regroupe les fonctions d'orientation, d'analyse et de pilotage. Il transforme les colères, les besoins et les attentes des collègues en projet syndical structuré et en propositions concrètes.

Il a pour responsabilités de conduire l'analyse des résultats électoraux passés, de mesurer l'abstention et les rapports de force, d'organiser la remontée des problèmes rencontrés par les collègues, de structurer les priorités revendicatives locales et d'alimenter la profession de foi. Il pilote la constitution de la liste de candidat·es, suit la stratégie de campagne, construit le rétro-planning et coordonne le collectif. Il assure également le lien avec le référent élections et les autres structures CGT d'appui (le syndicat, la FNEE).

2. PÔLE DÉPLOIEMENT, ADMINISTRATION, LOGISTIQUE ET COMMUNICATION

Ce pôle regroupe tout ce qui permet à la campagne d'exister concrètement dans le service. Il sécurise le cadre administratif, organise les moyens matériels et déploie la visibilité CGT au quotidien. Il met en mouvement les décisions du collectif et les rend opérationnelles.

Il assure la fiabilité des données, le respect des échéances et la conformité des procédures électorales. Il centralise les informations sur les effectifs et la parité, gère les dossiers de candidatures et les pièces

nécessaires au dépôt de liste, suit le calendrier et les obligations réglementaires. Il maintient le lien opérationnel avec la CCEF et les structures d'appui.

En parallèle, il organise la présence CGT sur le terrain : diffusion des tracts, affichage, préparation des supports, organisation matérielle des HMI et des cafés syndicaux, réservation de salles, gestion des impressions et du matériel militant. Il relaye les messages de campagne, rend la CGT visible et accessible, et fait remonter les réactions des collègues vers le collectif.

Un fonctionnement collectif et souple

Ces 2 pôles travaillent ensemble, se coordonnent et se réajustent en permanence à partir du rétro-planning commun. Dans un petit collectif, un même camarade peut tenir plusieurs rôles.

L'important n'est pas la répartition formelle, mais que **toutes les fonctions soient couvertes**.

C'est cette organisation simple qui permet à un noyau réduit de devenir une véritable équipe de campagne, capable de reconstruire une présence CGT solide et de mener une bataille électorale efficace jusqu'en 2026.

Mise en place d'un rétro-planning

Dans un service où la CGT n'a pas présenté de liste depuis plusieurs élections professionnelles, la préparation de la campagne 2026 ne peut ni s'improviser ni se concentrer sur les seuls mois précédant le scrutin. Elle doit s'inscrire dans un temps long, structuré et progressif, permettant de reconstruire une présence syndicale crédible et durable.

Le rétro-planning militant a pour objectif de redonner de la visibilité à la CGT, de recréer du lien avec les collègues, de réactiver une mémoire syndicale parfois enfouie et de faire émerger, étape par étape, un noyau collectif capable de

porter une liste. Il permet d'ordonner les priorités, d'articuler les temps d'écoute, de structuration, de syndicalisation et de politisation, tout en sécurisant les échéances électorales. Ce cadre de temporalité évite l'épuisement militant, rompt l'isolement du ou de la syndiqué·e engagé·e et garantit que chaque phase de la campagne s'appuie sur la précédente.

Le rétro-planning n'est pas un carcan : c'est un point d'appui collectif pour transformer une situation de recul en dynamique de reconquête, en donnant à chaque étape un sens politique clair et partagé.

4^e situation - services sans liste CGT déposée en 2022

Ci-après deux outils immédiatement mobilisables, s'inscrivant dans une démarche opérationnelle :

- un tableau pratique pour réaliser un diagnostic
- un tableau pratique qui détaille, étape par étape, la reconstruction d'une liste

Ils complètent le rétro-planning figurant en annexe 2, qui constitue le cadre stratégique de la campagne et auquel il convient de se référer pour structurer l'ensemble du travail militant.

TABLEAU PRATIQUE : service sans liste CGT depuis plusieurs scrutins

Objectif général : reconstituer un noyau CGT, retrouver une visibilité et préparer le retour d'une liste

ÉTAPES	OBJECTIF POLITIQUE	ACTIONS CONCRÈTES À MENER	OUTILS / POINTS D'APPUI
1. Comprendre la situation	Sortir de l'isolement et donner du sens à l'action	• Prendre conscience que l'absence de liste n'est pas une fatalité • Se fixer un objectif réaliste : reconstruire progressivement	• Échanges avec la FNEE / référent régional • Documents fédéraux campagne
2. Analyser l'historique électoral	Comprendre les forces et les reculs	• Analyser les résultats 2014 - 2018 - 2022 (voix, élu-es, abstention) • Identifier les périodes de rupture	• Résultats électoraux • Archives syndicales
3. Cartographier le service	Connaître le terrain réel	• Repérer les sites, bureaux, unités, antennes • Identifier où travaillent les syndiqué-es, anciens militant-es • Localiser les lieux de passage stratégiques (cantine, couloirs, ateliers, machines à café)	• Annuaire interne • Observation terrain
4. Analyser le paysage syndical	Identifier les espaces laissés vacants	• Repérer les syndicats présents • Observer leur communication (tracts, mails, HMI, CR d'instances) • Identifier les sujets non traités	• Panneaux syndicaux • Mails collectifs
5. Retrouver les anciens militant-es CGT	Capitaliser sur l'histoire syndicale	• Récupérer les anciennes listes (2010, 2014, 2018) • Vérifier qui est encore en activité • Prendre contact individuellement	• Archives de la section • Annuaire interne
6. Engager le premier contact	Créer du lien et réveiller l'intérêt	• Contacter avec un message simple et direct • Échanger sur leur expérience passée • Évaluer leur envie de s'impliquer	• Mail / téléphone / rencontre informelle
7. Constituer un noyau militant	Poser les bases de la reconstruction	• Réunir 3 à 5 personnes motivées (syndiqué-es ou sympathisant-es) • Valoriser la diversité des profils	• Réunion informelle • Café syndical
8. Réaliser un diagnostic collectif	Garder le cap jusqu'au vote	• Présenter les données du service (effectifs, abstention, résultats) • Lister les problèmes concrets du quotidien	• Notes terrain • Retours collègues
9. Définir un plan d'action simple	Passer à l'action progressivement	• Établir un rétroplanning • Planifier des actions accessibles (tract, affichage, HMI, café syndical)	• Modèles FNEE • Tableau de suivi
10. Désigner un référent local	Sortir de l'isolement	• Désigner un-e référent-e (même temporaire) • Assurer le lien avec le syndicat le référent régional, la CCEF	• Contact FNEE / référent régional
11. Rendre la CGT visible	Réinstaller la CGT dans le paysage	• Mettre à jour le panneau syndical • Distribuer des tracts ciblés • Aller au contact régulièrement	• Tracts fédéraux • Affichage
12. Préparer le retour d'une liste	Sécuriser l'échéance 2026	• Identifier progressivement des candidat-es • Lever les craintes (formation, accompagnement)	• Formation FNEE • Suivi régulier

ou sur plusieurs scrutins antérieurs

TABLEAU PRATIQUE - CONSTITUTION DE LA LISTE CGT

ÉTAPES	OBJECTIF POLITIQUE	CE QU'IL FAUT FAIRE CONCRÈTEMENT	POINTS DE VIGILANCE / MESSAGES À FAIRE PASSER
1. Connaître la composition du service	Poser des bases solides et incontestables	• Récupérer les effectifs du service • Vérifier la répartition femmes/hommes • Identifier le nombre de candidat·es à présenter	• Données transmises entre janvier et février • La parité n'est pas une option, c'est une obligation • Bien connaître son service = crédibilité de la liste
2. Mobiliser les syndiqué·es CGT	S'appuyer sur la force militante existante	• Faire le point sur les syndiqué·es actifs·ves • Les rencontrer individuellement • Leur proposer explicitement la candidature	• Rappeler que la CGT fonctionne collectivement • Insister sur l'accompagnement et les formations • Sans candidat·es CGT, pas de défense collective
3. Élargir aux sympathisant·es et ancien·nes syndiqué·es	S'appuyer sur la force militante existante	• Identifier les sympathisant·es connu·es • Recontacter les ancien·nes syndiqué·es encore en poste • Expliquer concrètement le rôle d'élue	• Lever les craintes (temps, pression hiérarchique) • Valoriser leur légitimité • On devient militant·e en s'engageant
4. Recontacter les collègues aidé·es par la CGT	Transformer la confiance en engagement	• Lister les collègues accompagnés par la CGT • Les rencontrer individuellement • Leur proposer de s'engager à leur tour	• Mettre en avant l'utilité concrète du syndicat • Passer de l'aide individuelle à l'action collective
5. Sécuriser le calendrier	Éviter l'urgence et le stress de fin de campagne	• Faire un point d'étape interne régulier • Informer votre syndicat et la FNEE-CGT de l'avancement • Finaliser la liste avant juin	• Une liste prête tôt = une campagne sereine • Permet de se concentrer ensuite sur la mobilisation
6. Validation collective	Construire une liste assumée et solide	• Valider la liste en section ou CE • Vérifier l'équilibre femmes/hommes • Préparer la suite de la campagne	• La liste est un collectif, pas une addition de noms • Chacun·e doit savoir pourquoi il/elle s'engage

RAPPEL

Pour réaliser ce travail de militant vous disposez de droits syndicaux :

- **ASA 13 - Autorisations spéciales d'absence article 13** : 30 jours pour les agents affectés en services déconcentrés, administration centrale et EP du ministère, et 20 jours pour les agents affectés en DDI
- **ASA 16 - Autorisations spéciales d'absence article 16** : se matérialisant sous forme de coupons de 1/2 journée.

➔ Pour plus de précisions, n'hésitez pas à nous contacter ou à consulter le Drive de la FNEE / Annexe 5

Vous pouvez également vous inscrire à la Formation fédérale

« Campagne électorale : gagner les élections en 2026 » :

Cette formation vise à outiller les militant·es pour comprendre les enjeux des élections professionnelles, définir des axes de campagne cohérents et adopter des formes d'organisation efficaces. Elle propose une méthode pour dresser un bilan syndical solide et construire un argumentaire convaincant afin de renforcer le vote CGT. Elle se déroule sur 5 jours au centre Benoît Frachon à Courcelles : du 16 au 20 mars 2026, du 13 au 17 avril 2026 et du 8 au 12 juin 2026.

Voir le Guide 2026 des formations fédérales sur notre site internet (La Fédération / Adhérer > Formation syndicale FNEE-CGT > Guide et offre de formations fédérales 2026)



4^e situation - services sans liste CGT déposée en 2022

Faire campagne : la bataille décisive

De septembre jusqu'à la veille du vote, la campagne change de rythme.

On entre dans la phase décisive, celle où tout se joue.

Cette dernière ligne droite exige une mobilisation maximale, collective et déterminée de toute la section.

Aller au contact des collègues : une priorité absolue

Cette période doit être consacrée en priorité à un véritable tour des collègues sur leur lieu de travail.

Il ne s'agit pas simplement de distribuer des tracts, mais d'engager de véritables discussions, d'écouter et de récolter des informations précieuses.

Allez à la rencontre de vos collègues dans les bureaux, les ateliers, les couloirs, la cantine, partout où il est possible d'échanger. Prenez le temps de discuter avec elles et eux, même brièvement. Posez-leur des questions ouvertes sur leurs conditions de travail, leurs préoccupations quotidiennes, ce qui les préoccupe dans leur service.

Ces échanges vous permettront d'identifier concrètement les revendications des personnels :

problèmes d'organisation du travail, manque de moyens, questions de rémunération, problématiques de santé au travail, besoins en formation, difficultés liées aux conditions matérielles, climat social dégradé...

Notez systématiquement ces remontées terrain. Elles constituent la matière première pour élaborer un cahier revendicatif solide et ancré dans la réalité du quotidien des agent·es, ou pour rédiger une profession de foi qui parle vraiment aux personnels parce qu'elles reflètent leurs préoccupations réelles.

→ **Fiche de tournée syndicale (annexe 4)**

Construire une campagne de terrain visible et offensive

Cette présence physique régulière auprès des collègues est essentielle pour donner de la visibilité à la CGT.

Une campagne électorale réussie, c'est d'abord une campagne de terrain. Multipliez les actions et diversifiez les formats pour toucher un maximum de collègues :

- ✓ Organisez des distributions de tracts aux heures d'arrivée et de départ, devant les entrées principales, dans les lieux de passage.
- ✓ Renforcez l'affichage syndical sur les panneaux syndicaux.
- ✓ Programmez des HMI avec des thématiques qui interpellent les agent·es. Des modèles de HMI de tracts et d'affiches vous seront fournis par la FNEE.

- ✓ Organisez des cafés syndicaux ou petits-déjeuners pour créer des moments d'échange conviviaux.
- ✓ Utilisez tous les outils de communication disponibles : mails, affichages, réseaux sociaux si vous en disposez.

L'objectif est d'être présent, visible, accessible et à l'écoute. Les agent·es doivent voir que la CGT est active, mobilisée et porte leurs préoccupations.

(voir la fiche de tournée syndicale en annexe 4)

Le dépôt officiel des listes : une étape administrative cruciale

Date limite le 22 octobre 2026

Au milieu de cette effervescence militante, n'oubliez pas l'aspect administratif indispensable : le dépôt officiel de vos listes de candidat·es.

- ✓ Vérifiez scrupuleusement les dates limites imposées par l'administration. Un dépôt hors délai vous priverait purement et simplement de la possibilité de vous présenter.
- ✓ Assurez-vous que vos listes sont complètes, conformes aux exigences réglementaires

- ✓ (nombre de candidat·es, respect de la parité, signatures des candidat·es, papiers d'identité...).
- ✓ Préparez tous les documents nécessaires en amont et ne vous y prenez pas au dernier moment.
- ✓ Désignez un ou deux camarades responsables de cette démarche pour éviter tout oubli ou erreur.

ou sur plusieurs scrutins antérieurs

Mobiliser toute la section pour faire voter CGT

C'est le moment où l'on doit être mobilisé. Chacun doit contribuer à l'effort collectif.

Répartissez-vous les tâches en fonction des disponibilités et des compétences de chacun·e : certain·es seront plus à l'aise pour distribuer des tracts, d'autres pour animer des discussions, d'autres encore pour gérer la communication écrite ou la logistique. L'important est que personne ne reste sur le banc de touche.

Organisez des réunions régulières du collectif de campagne, au moins hebdomadaires durant cette période, pour faire le point sur l'avancement, partager les retours terrain, ajuster votre stratégie si nécessaire et maintenir la dynamique collective. Ces moments de coordination sont essentiels pour garder le cap et entretenir la motivation de l'équipe militante.

RÉCAPITULATIF - FAIRE CAMPAGNE (Période : septembre 2026 → veille du vote)

AXES DE CAMPAGNE	OBJECTIFS POLITIQUES	ACTIONS CONCRÈTES À MENER	RYTHME / POINTS DE VIGILANCE
1. Aller au contact des collègues	Installer la CGT comme syndicat proche, utile et à l'écoute	• Aller à la rencontre des collègues sur leur lieu de travail (bureaux, ateliers, couloirs, cantine, sites isolés) • Engager des discussions courtes mais régulières • Poser des questions ouvertes sur le travail, les conditions de travail, les difficultés rencontrées	• Privilégier le face-à-face • Noter systématiquement les retours terrain • Ne pas débattre pour convaincre à tout prix : écouter d'abord
2. Recueillir les revendications	Construire une campagne ancrée dans le réel	• Identifier les problèmes récurrents (organisation, moyens, salaires, santé au travail...) • Faire le lien avec les revendications CGT • Alimenter le cahier revendicatif et la profession de foi	• Centraliser les informations • Vérifier que les revendications parlent au plus grand nombre
3. Rendre la CGT visible	Montrer une CGT active, présente et organisée	• Tractage aux heures d'arrivée et de départ • Mise à jour régulière des panneaux syndicaux • Diffusion d'informations CGT (tracts, mails, affiches)	• Varier les formats • Ne jamais laisser un panneau vide ou obsolète
4. Animer des temps collectif	Créer du lien et de la confiance	• Organiser des HMI spéciales campagne • Cafés syndicaux, petits-déjeuners militants • Favoriser les échanges informels	• Choisir des thèmes concrets • Privilégier la convivialité
5. Utiliser les outils fédéraux	Harmoniser la campagne et gagner en efficacité	• Utiliser les tracts, affiches et supports fournis par la FNEE • S'appuyer sur la fiche de tournée syndicale	• Adapter les outils au contexte local sans les dénaturer
6. Dépôt des listes	Sécuriser la présence CGT au scrutin	• Vérifier la conformité des listes (nombre, parité) • Réunir signatures et pièces administratives • Déposer la liste dans les délais	Date limite : 22 octobre 2026 • Anticiper, ne pas attendre le dernier moment
7. Mobiliser le collectif	Faire de la campagne une démarche collective	• Répartir les tâches selon les disponibilités • Associer chaque syndiqué·e à au moins une action • Valoriser chaque contribution	• Personne ne reste à l'écart • Soutien mutuel indispensable
8. Suivi et ajustement	Garder le cap jusqu'au vote	• Réunions d'équipe de campagne hebdomadaires • Bilan des actions menées • Ajustement de la stratégie	• Partager les réussites • Traiter collectivement les difficultés

5^e situation - services avec scrutin sur sigle, disposant

Nous sommes dans un service qui dépose sur sigle et non sur liste, avec une section constituée ou une petite équipe de syndiqué-es. Enjeu : créer un collectif pour faire campagne.

.....

Évaluer la situation de départ et dresser un état des lieux de la section

Recensez les résultats obtenus lors des précédents scrutins de 2022, 2018 et 2014.

Quel était le score de la CGT ? Comment a évolué la participation électorale ? Y a-t-il eu une progression ou une érosion de notre audience ? Identifiez également les autres organisations syndicales présentes et leur poids relatif dans le service.

Faites le point sur la composition actuelle de votre section : combien de syndiqués comptez-vous ? Qui sont les militants les plus actifs ? Qui participe régulièrement aux réunions de section, aux actions, aux HMI ? Identifiez les compétences et les disponibilités de chacun : qui maîtrise la communication, qui est à l'aise dans les prises de parole publiques, qui a des talents d'organisateur, qui dispose de temps pour s'investir dans la campagne ?

Évaluez également votre implantation sur le terrain : dans quels sites, services ou équipes êtes-vous le mieux implanté ? Où avez-vous le moins de visibilité ? Quelles sont vos forces et vos faiblesses en termes de présence physique auprès des agents ?

Construire un collectif pour la campagne

Dans le cadre d'un dépôt sur sigle, l'absence de liste de candidats ne doit pas conduire à une campagne moins structurée. Au contraire, il est impératif de mettre en place une organisation claire et rigoureuse.

Constituez une équipe de campagne dédiée, distincte du fonctionnement habituel de la section, même si les membres peuvent être les mêmes. Cette équipe doit se réunir régulièrement, au minimum 1 fois par mois au premier semestre, puis hebdomadairement à partir de septembre.

Dans les configurations où l'équipe militante est resserrée, il n'est pas toujours pertinent de mettre en place une structuration formelle par pôles. Une organisation collective souple, où l'ensemble des camarades partage les responsabilités et se répartit les tâches au fil de la campagne, peut être plus efficace, plus réactive et plus adaptée à la réalité du terrain. Ce fonctionnement favorise la polyvalence, la montée en compétence de chacun et la cohésion du collectif. Pour autant, ce choix n'est ni exclusif ni obligatoire.

Les sections qui disposent d'un collectif plus large, plus expérimenté ou plus disponible peuvent tout à fait opter pour une structuration par pôles - comme proposé dans les autres situations types - afin de clarifier davantage les rôles et de spécialiser certaines fonctions. Les deux approches sont légitimes.

Le point décisif n'est pas la forme d'organisation retenue, mais sa lisibilité et son efficacité réelle. Chaque section doit choisir le mode de fonctionnement le plus adapté à sa situation militante, à ses forces disponibles et à sa culture collective.

Structuration par pôles ou responsabilité partagée, l'essentiel reste identique : toutes les tâches doivent être identifiées, assumées et suivies, au service d'une campagne CGT organisée, offensive et tournée vers les collègues.

Organisation du collectif de campagne sans pôles

Ce collectif fonctionne comme une équipe resserrée de campagne, avec un pilotage clair, des rôles identifiés, un suivi régulier et un partage permanent des informations. On ne découpe pas en structures, on répartit les responsabilités concrètes. Chacun sait ce qu'il doit faire, pour quand, et avec qui.

L'objectif n'est pas de créer une architecture, mais une dynamique : rythme, présence terrain, production revendicative, sécurisation administrative, visibilité continue.

Un référent de campagne clairement identifié

Le collectif désigne un référent de campagne. Ce n'est pas un chef, c'est un point d'appui. Il garantit la cohérence d'ensemble et le respect du calendrier.

Il anime les réunions de campagne, suit le rétro-planning, vérifie que les décisions sont mises en œuvre, centralise les informations et assure le lien avec le syndicat, la structure fédérale et les appuis extérieurs.

Il ne fait pas tout - il s'assure que tout est fait.

Un noyau militant avec responsabilités attribuées

Plutôt que des pôles, on attribue des responsabilités

opérationnelles à des militant-es identifiés, en fonction des disponibilités et des compétences.

Un ou deux camarades suivent les aspects réglementaires et les échéances électorales : effectifs, règles de dépôt sur sigle, calendrier, conformité des documents, relations avec l'administration.

Un ou deux camarades prennent la responsabilité du contenu politique : remontées terrain, formulation des priorités revendicatives, rédaction du cahier revendicatif et de la profession de foi.

Un ou plusieurs camarades prennent en charge la présence terrain : organisation des tournées de services, distributions, HMI, stands, temps conviviaux, couverture des sites éloignés.

d'une section ou d'une petite équipe de syndiqué·es

Un ou plusieurs camarades assurent la production et la diffusion des supports : tracts, affiches, mails, affichage syndical, circulation de l'information.
Ces responsabilités peuvent tourner ou être partagées. L'important est qu'elles soient nommées et assumées.

Un fonctionnement rythmé par des points de campagne

Le collectif se réunit à échéance régulière, avec un ordre du jour simple et toujours le même fil conducteur :

- où en est le calendrier ?
- quelles actions ont été réalisées ?
- quels retours du terrain ?
- quels ajustements nécessaires ?
- quelles actions à venir d'ici la prochaine réunion ?

Au début, un point mensuel peut suffire. À l'approche du scrutin, le rythme devient bimensuel puis hebdomadaire. La campagne est pilotée dans le temps, pas au fil de l'eau.

Une campagne tirée par le terrain

Même sans organisation en pôles, le document insiste sur un point stratégique fort : la campagne ne doit jamais devenir une campagne de papier.

Le collectif organise des tournées systématiques, des temps d'échange, des HMI thématiques, des moments visibles.

Chaque action terrain produit de la matière : questions, colères, attentes, idées. Ces retours nourrissent directement les tracts et le cahier revendicatif.

Le collectif fonctionne en boucle courte
terrain → analyse → message → terrain.

Une sécurisation administrative intégrée au collectif

Sans pôle dédié, la sécurisation administrative ne disparaît pas, elle est intégrée au fonctionnement courant.

Une check-list électorale est suivie collectivement. À chaque réunion, un point rapide est fait sur les échéances, les documents, les obligations. Rien n'est laissé en arrière-plan.

La règle est simple : pas de surprise administrative = énergie militante libérée.

Une responsabilité collective assumée

Sans pôles, il n'y a pas de cloisonnement. Tout le monde connaît la stratégie, le calendrier, les priorités revendicatives et les actions en cours.

Chacun peut relayer, remplacer, renforcer un camarade si nécessaire. Cette polyvalence renforce la solidité du collectif et évite l'effet "maillon unique".

Ce modèle est particulièrement adapté aux sections qui déposent sur sigle : équipe resserrée, responsabilités claires, rythme tenu, présence terrain massive.

TABLEAU OPÉRATIONNEL : organisation du collectif de campagne

Les rôles sont identifiés et tout le monde peut aider partout si nécessaire - L'organisation doit être souple.

AXE D'ORGANISATION DU COLLECTIF	OBJECTIF	CE QUI DOIT ÊTRE MIS EN PLACE	POINTS DE VIGILANCE MILITANTS
Référent de campagne	Assurer un pilotage clair et continu	Désigner un référent qui anime la campagne, suit le calendrier, convoque les réunions, fait le lien avec le syndicat, l'UF et les appuis fédéraux	Le référent ne fait pas tout : il coordonne. Éviter la personnalisation, garantir le contrôle collectif
Répartition des responsabilités	Couvrir toutes les fonctions sans créer de pôles	Attribuer nominativement les responsabilités : suivi électoral, contenu revendicatif, terrain, supports et diffusion	Chaque mission doit avoir un responsable identifié ; sinon elle ne sera pas tenue
Suivi électoral et réglementaire	Sécuriser la liste et le processus	Vérifier effectifs, règles de candidature, parité, pièces à fournir, dates limites ; tenir une check-list partagée	Aucune improvisation : une erreur administrative peut invalider des mois de travail militant
Construction revendicative	Donner du sens politique à la campagne	Organiser les remontées terrain, identifier les priorités locales, rédiger le socle revendicatif et les arguments de campagne	Partir du réel des collègues, pas d'un discours hors sol
Organisation du terrain	Installer une présence CGT régulière	Planifier tournées de services, HMI, temps d'échange, distributions ; tenir un planning d'actions	La visibilité doit être régulière, pas ponctuelle ; privilégier le contact direct
Supports et messages	Rendre la CGT lisible et crédible	Adapter tracts, professions de foi, affiches et messages aux enjeux locaux ; organiser la diffusion	Cohérence du message : mêmes axes, mêmes priorités, mêmes mots d'ordre
Rythme de campagne	Maintenir la dynamique collective	Fixer des réunions de campagne régulières avec suivi des actions, retours terrain et décisions	Sans rythme, la campagne s'éteint ; tenir les rdv même en petit nombre
Circulation de l'information	Garantir la cohésion du collectif	Partager comptes rendus, calendrier, décisions, état d'avancement	Transparence interne = confiance et réactivité
Lien avec les collègues	Transformer la campagne en ancrage	Organiser les échanges, recueillir les réactions, réintégrer les retours dans la campagne	Écouter autant que convaincre
Esprit de responsabilité collective	Renforcer l'efficacité d'une petite équipe	Favoriser la polyvalence, l'entraide, la reprise de tâches si besoin	La force vient du collectif, pas des spécialistes isolés

5^e situation - services avec scrutin sur sigle, disposant

Des points réguliers indispensables

Le collectif se réunit régulièrement pour faire le point collectif sur trois dimensions essentielles :

1. **D'abord, l'avancement de la campagne** : où en est-on dans le rétro-planning ? Quelles actions ont été menées ? Quelles échéances approchent ?
2. **Ensuite, l'analyse des retours du terrain** : que disent les agent-es ? Quels messages fonctionnent ? Quelles revendications émergent ?
3. **Enfin, l'ajustement de la stratégie** : faut-il renforcer certaines actions ? Modifier le discours ? Réorienter les priorités ?

Ces réunions ne sont pas des formalités. Elles sont le lieu où se construit la cohérence collective, où se partage l'information, où se prennent les décisions et où se maintient la motivation militante. Plus la campagne avance, plus ces temps doivent être fréquents : bimensuels au premier semestre, hebdomadaires à partir de septembre.

Construire une campagne de terrain visible et offensive

Quelques exemples d'actions :

● DISTRIBUTIONS DE TRACTS

Programmez des distributions régulières aux heures d'arrivée et de départ, devant les entrées principales, dans les lieux de passage. Mobilisez votre collectif pour que ces distributions soient massives et créent un effet d'entraînement.

● AFFICHAGE SYNDICAL

Saturez tous les espaces autorisés (panneaux syndicaux, salles de pause, vestiaires) avec vos affiches de campagne. Renouvelez-les régulièrement pour maintenir l'attention.

● HMI SPÉCIALES CAMPAGNE

Organisez des HMI thématiques sur les sujets qui préoccupent les agents. La FNEE vous fournira des modèles d'HMI adaptés. Profitez de ces temps pour présenter votre profession de foi et votre cahier revendicatif, recueillir les réactions et ajuster si nécessaire.

● STANDS D'INFORMATION

Installez des stands dans les lieux de vie (halls, cafétéria, espaces de pause) pour être accessibles, répondre aux questions et distribuer vos documents de campagne.

● CAFÉS SYNDICAUX OU PETITS-DÉJEUNERS

Créez des moments d'échange conviviaux où les agents peuvent venir discuter dans une ambiance détendue. Ces formats informels permettent souvent des discussions plus approfondies.

● RÉUNIONS PAR SERVICE OU PAR SITE

Si possible, organisez des réunions pour présenter votre profession de foi et votre cahier revendicatif, échanger avec les agents et répondre à leurs questions.

● COMMUNICATION MULTICANAL

Utilisez tous les outils à votre disposition (mails, affichages, réseaux sociaux si vous en disposez) pour diffuser massivement vos messages de campagne.

L'objectif est d'être présent, visible, accessible et à l'écoute. Les agents doivent voir que la CGT est active, mobilisée et porte leurs préoccupations.

d'une section ou d'une petite équipe de syndiqué·es

Organiser des tournées syndicales systématiques

Contrairement aux sections qui présentent des listes de candidats, vous ne pouvez pas vous appuyer sur la dynamique de présentation des candidats pour aller au contact des agents. Il est néanmoins stratégique d'anticiper en identifiant dès à présent les camarades prêts à s'engager et à siéger dans les instances en fonction des résultats du scrutin.

Organisez des tournées syndicales dans tous les services, sites et équipes. Mobilisez votre collectif de campagne pour couvrir le maximum de lieux de travail, y compris ceux où vous êtes habituellement moins présents. Allez à la rencontre des agents dans les bureaux, les ateliers, les espaces de pause, la cantine, partout où il est possible d'échanger.

L'objectif n'est pas seulement de distribuer des tracts, mais d'engager de véritables discussions. Posez des questions ouvertes sur les conditions de travail, les préoccupations

quotidiennes, ce qui dysfonctionne dans le service. Écoutez attentivement, prenez des notes, montrez que vous êtes là pour entendre et porter les revendications des agents.

Ces remontées terrain sont essentielles pour construire un cahier revendicatif ou une profession de foi qui parle vraiment aux agents parce qu'il reflète leurs préoccupations réelles.

→ **Vous trouverez en annexe 4 une fiche de tournée syndicale pour vous accompagner dans cette démarche.**

Construire et diffuser un cahier revendicatif percutant

Dans le cadre d'un dépôt sur sigle, votre profession de foi et votre cahier revendicatif sont vos principaux outils pour incarner votre projet et convaincre les agents de voter CGT. Ils doivent être le fruit des remontées terrain que vous avez collectées tout au long de la campagne.

Synthétisez les préoccupations récurrentes exprimées par les agents lors de vos tournées syndicales. Hiérarchisez-les en fonction de leur importance et de leur fréquence. Formulez des revendications concrètes, compréhensibles et défendables qui répondent à ces préoccupations.

Structurez votre cahier revendicatif de manière claire, par thèmes (rémunération, conditions de travail, organisation, santé au travail, formation, moyens...). Évitez le jargon syndical, privilégiez un langage accessible à tous.

Votre profession de foi doit être percutante, synthétique et donner envie aux agents de voter CGT. Elle doit rappeler ce que vous avez obtenu durant le mandat précédent, présenter vos priorités pour le prochain mandat et incarner les valeurs de la CGT.

Diffusez massivement ces documents : remise en main propre lors des tournées, envois par mail, affichage, mise à disposition lors des HMI et des stands. Chaque agent doit avoir accès à votre programme et pouvoir se l'approprier.

Tenir jusqu'au bout avec détermination

La campagne électorale est un marathon qui demande de l'énergie, de la détermination et de la persévérance. Les derniers jours peuvent être épuisants, mais c'est souvent là que tout se joue.

Maintenez la cohésion de votre collectif de campagne. Organisez des réunions hebdomadaires durant cette période pour faire le point sur l'avancement, partager les retours terrain, ajuster votre stratégie si nécessaire et maintenir la dynamique collective.

Encouragez-vous mutuellement. Valorisez chaque action menée, chaque échange positif avec des agents, chaque petit succès. Gardez le cap et rappelez-vous régulièrement pourquoi vous vous battez : pour défendre collectivement les droits et les intérêts de tous les agents de votre service.

Chaque discussion, chaque tract distribué, chaque affiche posée peut faire la différence. Une campagne bien menée, c'est une campagne où l'on aura tout donné, où l'on aura été au contact des agents, où l'on aura porté haut et fort les revendications et les valeurs de la CGT.

Quelle que soit l'issue du scrutin, vous pourrez être fiers du travail accompli, du collectif construit et de l'engagement dont vous aurez fait preuve. Et ce collectif de campagne, s'il est bien animé et valorisé, pourra constituer une base solide pour renforcer durablement votre section au-delà des élections.

ANNEXES



- Check-list de campagne
- Rétro-planning
- Mémo recherche de candidats
- Fiche de tournée syndicale
- Le Cloud de la FNEE

ANNEXE 1 - CHECK-LIST DE CAMPAGNE

PHASE 1 – Lancer la campagne et structurer le collectif

FÉVRIER → MARS 2026

OBJECTIF POLITIQUE

Poser les bases de la campagne, organiser le collectif et construire une vision partagée.

À FAIRE ABSOLUMENT

- ☐ Constituer le **collectif de campagne** (3 à 10 militant·es selon la section)
- ☐ Désigner un·e **référent·e de campagne**
- ☐ Répartir les rôles (pôles ou missions regroupées)
- ☐ Analyser les **résultats électoraux passés** (2014–2018–2022)
- ☐ Identifier les secteurs, catégories et sites moins touchés
- ☐ Faire un état des lieux de l'activité syndicale depuis 2022
- ☐ Programmer un calendrier prévisionnel de réunions de campagne

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas rester entre militant·es habituels
- Ne pas confondre lancement de campagne et communication prématurée

PHASE 2 – Travail de terrain et construction politique

JUIN → AOÛT 2026

OBJECTIF POLITIQUE

Aller au contact, écouter, reconstruire du lien et poser les bases revendicatives.

À FAIRE ABSOLUMENT

- ☐ Organiser des tournées syndicales régulières
- ☐ Aller voir les collègues qui ne votent plus ou peu
- ☐ Noter systématiquement les **remontées terrain**
- ☐ Identifier les colères, blocages, attentes concrètes
- ☐ Élaborer une première version du **cahier revendicatif**
- ☐ Tester les revendications dans les discussions terrain
- ☐ Identifier des collègues prêts à s'impliquer ponctuellement
- ☐ Commencer à repérer les futur·es candidat·es si liste

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas transformer ce temps en simple diffusion de tracts
- Écouter avant de convaincre

ANNEXE 1 - CHECK-LIST DE CAMPAGNE

PHASE 3 – Structurer la campagne et sécuriser les échéances

SEPTEMBRE → MI-OCTOBRE 2026

OBJECTIF POLITIQUE

Passer d'une présence militante à une campagne électorale lisible et organisée.

À FAIRE ABSOLUMENT

- ☐ Finaliser le cahier revendicatif et/ou la profession de foi
- ☐ Lancer la production des supports ou utiliser ceux de la FNEE (tracts, affiches)
- ☐ Programmer les HMI et temps forts
- ☐ Répartir clairement les tâches jusqu'au vote
- ☐ Préparer le **dépôt des listes** (si concerné)
- ☐ Vérifier toutes les contraintes réglementaires

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas repousser l'administratif à la dernière minute
- Garder un discours simple et compréhensible

PHASE 4 – Campagne active et visibilité maximale

MI-OCTOBRE 2026 → FIN NOVEMBRE 2026

OBJECTIF POLITIQUE

Rendre la CGT incontournable et transformer le travail militant en voix.

À FAIRE ABSOLUMENT

- ☐ Multiplier les présences terrain visibles
- ☐ Organiser des distributions ciblées aux bons moments
- ☐ Tenir des **HMI CGT**
- ☐ Mettre en avant les candidat·es ou le sigle CGT
- ☐ Valoriser les actions et résultats concrets
- ☐ Adapter les messages aux abstentionnistes
- ☐ Réunions de campagne **hebdomadaires**
- ☐ Ajuster la stratégie selon les retours terrain

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas se contenter d'un discours institutionnel
- Rester proche, accessible et crédible

ANNEXE 1 - CHECK-LIST DE CAMPAGNE

PHASE 5 – Mobilisation finale et sécurisation du vote

DERNIÈRES SEMAINES → JOUR DU VOTE

OBJECTIF POLITIQUE

Faire voter CGT et limiter l'abstention.

À FAIRE ABSOLUMENT

- ☐ Rappeler les **modalités de vote** à tous les collègues
- ☐ Relancer individuellement les collègues rencontrés
- ☐ Mobiliser **toute la section**, sans exception
- ☐ Présence visible les derniers jours
- ☐ Messages simples et directs : pourquoi voter CGT maintenant
- ☐ Anticiper les problèmes techniques de vote
- ☐ Maintenir la dynamique jusqu'au dernier jour

POINTS DE VIGILANCE

- Ne pas relâcher l'effort trop tôt
- Ne pas culpabiliser les abstentionnistes



APRÈS LE VOTE – Prolonger la dynamique

DÉCEMBRE 2026

OBJECTIF POLITIQUE

Transformer la campagne en ancrage durable.

À FAIRE ABSOLUMENT

- ☐ Faire un bilan collectif à chaud
- ☐ Faire un retour à la FNEE
- ☐ Analyser les résultats avec lucidité
- ☐ Remercier les collègues et les militant·es
- ☐ Proposer des **temps d'accueil** aux nouveaux contacts
- ☐ Maintenir la présence syndicale sur le terrain
- ☐ Inscrire les nouveaux engagements dans la durée

ANNEXE 2 / RÉTRO-PLANNING STRATÉGIQUE

A = 3 militants | B = 5 militants | C = 7 militants | D = 10 militants

Phases / Pôles		Actions	Temps approximatif à adapter	Responsable (Org, Rev, Com, Adm)	JANV	FEV
					Pré-	
PHASE 1	Organisation	Analyse résultats 2022	1 heure		A B C D	
	Organisation	Mettre en place référent·e et équipe de campagne	1/2 jour de CE		A B C D	
	Organisation	Elaborer un rétro-planning de campagne	2 heures		A B C D	
	Orga/ Revendicatif	Participer à la réunion de déploiement FNEE	1 jour		A B C D	A B C D
	Orga/ Revendicatif	Formation élections FNEE	5 jours			A B C D
	Administratif	Vérification effectifs F /H	1 à 2 heures		A B C D	A B C D
PHASE 2	Organisation	Candidat·es identifié·es	tout au long du 1er semestre			A B C D
	Revendicatif	Tournée des services, bureaux, CEI, ateliers	2 à 5 jours suivant le service			
	Revendicatif	HMI réalisées (mensuelles/ trimestrielles)	1/2 journée par HMI			
	Communication	Tracts distribués / mois	1 à 2 heures			
	Communication	Affichage syndical / mois	5 mn			
	Organisation	Point situation avec la CCEF	30 mn			
PHASE 3	Administratif	Nouveaux syndiqué·es	15 mn Cogitiel			
	Revendicatif	Cahier revendicatif et/ou profession de foi	3 jours			
	Organisation	Délégué·es de liste	Désignation en CE ou Bureau			
PHASE 4	Organisation	Remontée des listes à la CCEF	10 mn			
	Administratif	Dépôt de liste	1 heure			
	Organisation	Mobilisation de toute la section / lutter contre l'abstention				
	Organisation	Suivi du scrutin	1 H / jour x 5			
PHASE 5	Administratif	Remontée des résultats	10 mn			
	Organisation	Analyse des résultats	1 à 2 heures en CE ou Bureau			
AC, SD, EP...		Temps minimum / mois à utiliser par militant en AC, SD, EP..			3 jours	3 jours
DDI		Temps minimum / mois à utiliser par militant en DDI			2 jours	2 jours

ÉLECTIONS PROFESSIONNELLES 2026

[illegible]

ANNEXE 3 - FICHE MÉMO

FICHE FICHE MÉMO : " Oser le Recrutement de Terrain "

Élections Professionnelles 2026 - FNEE-CGT

La règle d'or : On ne demande pas un "service" au collègue pour remplir une case. On lui propose un **moyen d'action** pour transformer son quotidien.

La Posture gagnante en 3 points :

- **Valorisez :** "Je viens vers toi pour tes compétences/ton sérieux, pas juste pour un nom sur une liste."
- **Écoutez :** Laissez le collègue parler de ses problèmes avant de parler de la CGT.
- **Rassurez :** Personne ne naît représentant du personnel, on le devient ensemble.

Répondre aux 5 objections majeures

L'Objection	La Réponse "Impulsion CGT"
"Je n'ai pas le temps."	"Justement ! Être élu, c'est obtenir des heures de délégation sur ton temps de travail pour traiter les dossiers. C'est du temps protégé pour agir au lieu de subir."
"Je n'y connais rien au droit du travail / aux instances. »	"C'est normal. La CGT assure ta formation (congs de formation syndicale). De plus, on travaille en équipe : chacun apporte sa pierre (technique, terrain, juridique). Tu ne seras jamais seul(e) face à l'administration."
"J'ai peur que ça bloque ma carrière / d'être étiqueté(e).	"La loi protège les candidats et les élus contre toute discrimination. Au contraire, cette expérience développe des compétences rares (négociation, analyse juridique) valorisables. On peut aussi être candidat(e) d'ouverture sans être syndiqué(e) au départ."
"La CGT est trop radicale / Je ne suis pas d'accord sur tout."	"Notre liste se construit sur des revendications locales et concrètes (tes horaires, ton service, tes primes). C'est toi qui feras vivre la démocratie dans ton instance. La CGT, c'est l'outil, c'est toi qui tiens le manche."
"Ça ne sert à rien, tout est décidé d'avance."	"C'est la politique de la 'chaise vide' qui donne tout pouvoir à l'administration. Sans nous, il n'y a plus de contre-pouvoir, plus d'accès aux documents budgétaires, plus d'alerte sur la santé. Si on n'est pas à la table, on est au menu ! "

Trois Phrases pour conclure et "transformer l'essai" :

- "Réfléchis-y quelques jours, je te redonne le projet de liste avec nos thèmes locaux."
- "Viens à notre prochaine réunion de préparation, juste pour voir comment on travaille, sans engagement."
- "On a besoin de ton regard de terrain pour ne pas être déconnecté des réalités du service."

Ensemble, préparons la victoire de 2026 !

ANNEXE 4 - FICHE DE TERRAIN (2 pages)

FICHE DE TOURNÉE SYNDICALE – CGT



Objectif : recueillir la réalité du travail, identifier les priorités revendicatives et renforcer l'implantation CGT en vue des élections professionnelles 2026.

Date :

Service / unité visitée :

Nombre d'agent-es rencontré-es :

Durée de l'échange : ☐ 5–10 min ☐ 10–20 min ☐ +

1. Ressenti général du service

Comment ça se passe en ce moment ?

.....
.....
.....
.....

2. Problèmes principaux évoqués

- ☐ Sous-effectifs / manque de moyens
- ☐ Charge de travail excessive
- ☐ Organisation du service / réorganisations
- ☐ Pression hiérarchique / management
- ☐ Conditions matérielles (locaux, outils, logiciels)
- ☐ Télétravail / temps de travail
- ☐ Carrière / rémunération / RIFSEEP

Autres :

Détails / exemples concrets

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ANNEXE 4 - FICHE DE TERRAIN (suite)

3. Évolutions récentes

Qu'est-ce qui a changé ces dernières années ?

.....

.....

.....

4. Attentes et besoins exprimés

De quoi auriez-vous besoin pour mieux faire votre travail ?

.....

.....

.....

5. Attentes vis-à-vis des représentant·es du personnel

.....

.....

.....

6. Points d'alerte particuliers

- ☐ Risques psychosociaux
- ☐ Situation individuelle sensible
- ☐ Dysfonctionnement grave du service

Autre :

Commentaires :

.....

.....

.....

7. Repérage militant (confidentiel – usage CGT)

Agent·e·s moteurs / relais identifié·es :

.....

.....

.....

Climat vis-à-vis de la CGT : ☐ favorable ☐ neutre ☐ réservé

8. Suites à donner

- ☐ à intégrer dans le cahier revendicatif local
- ☐ à traiter en HMI / réunion collective
- ☐ à suivre individuellement
- ☐ à remonter à la structure CGT

9. Retour à faire aux agent·es

- ☐ Cahier revendicatif ou profession de foi
- ☐ HMI programmée

ANNEXE 5 - LE CLOUD DE LA FNEE CGT

BOÎTE À OUTILS



La fédération met à votre disposition - accessibles via un cloud sécurisé - des ressources essentielles pour intervenir, informer et argumenter sur le terrain : supports de communication, argumentaires, guides pratiques, outils d'animation, tracts, affiches, kit HMI (...)

Ce drive partagé est alimenté au fur et à mesure des productions, nous vous invitons à le consulter régulièrement.



TEXTES REGLEMENTAIRES
SUR LES ÉLECTIONS
DROITS SYNDICAUX
CAHIERS REVENDICATIFS
PROFESSIONS DE FOI
KIT HMI / TRACTS / AFFICHES
GUIDES PRATIQUES



Fédération nationale de l'équipement et de l'environnement

FNEE CGT - 263 rue de Paris - Case 543 - 93515 Montreuil Cedex - Site internet : <https://equipementcgt.fr>