



GUIDE DE CAMPAGNE  
JOURNÉE MONDIALE POUR LE TRAVAIL DÉCENT  
7 OCTOBRE 2009



**JMTO**

JOURNÉE MONDIALE POUR LE TRAVAIL DÉCENT 07.10.09



**ITUC CSI IGB**





# LE GUIDE DE CAMPAGNE DE LA JOURNÉE MONDIALE POUR LE TRAVAIL DÉCENT

Ceci est un guide de campagne consacré à la Journée mondiale pour le travail décent (JMTD), édité par la Confédération syndicale internationale. La date de la JMTD est fixée au 7 octobre. Cette journée mondiale fut organisée, pour la première fois, le 7 octobre 2008. A cette occasion, des centaines de milliers de personnes sont descendues dans les rues pour manifester, de Vladivostok, en Russie, à la Barbade, dans les Antilles. Par ailleurs, des centaines de milliers de personnes ont été ralliées à travers les nombreux séminaires, débats, tables rondes et autres campagnes organisés le 7 octobre et au cours des jours qui ont précédé et suivi la JMTD. Aux quatre coins du globe, les syndicalistes ont laissé libre cours à leur imagination pour mettre sur pied des événements spectaculaires, parmi lesquels figuraient des jeux, des concerts, des séminaires, des discussions en table ronde, des rencontres culturelles et des pétitions, des assemblées sur les lieux de travail et des actions de débrayage. Ce guide de campagne a été conçu pour répondre à différents objectifs, selon vos besoins : Comme une source d'idées et de suggestions et une checklist ou liste de vérification vous permettant de vous assurer que vous n'avez rien oublié. Faisons en sorte que la Journée mondiale pour le travail décent 2009 soit encore plus remarquable et spectaculaire que l'année dernière !

Cette année, la JMTD se déroulera au milieu de la plus grande crise à avoir vu le jour depuis plus d'un demi-siècle. Des millions de personnes perdent leur emploi à cause de la spéculation et de l'avidité qui se trouvent à la base d'un modèle économique défaillant, fondé sur la déréglementation et une idéologie de libre-marché absolu.

Cette année, la Journée mondiale pour le travail décent aura pour objectifs primordiaux de sortir le monde de la récession et de construire une nouvelle économie mondiale qui accorde la priorité aux intérêts des citoyens. Partout dans le monde, les organisations syndicales présenteront des demandes spécifiques à leurs gouvernements et les appelleront à agir sur ces demandes, tant au niveau national qu'international.



## LES GOUVERNEMENTS SONT APPELÉS À CONSTRUIRE UNE ÉCONOMIE QUI :

- Génère du travail décent et respecte pleinement les droits syndicaux de tous ;
- Est basé sur une gouvernance effective, démocratique et responsable, qui accorde la priorité aux intérêts des citoyens ;
- Garantit une réglementation financière forte, met la finance au service de l'économie réelle et l'économie réelle au service des citoyens ;
- Garantit le respect des droits de tous les travailleurs, sans distinction, et met fin à la pauvreté, à l'inégalité, à la discrimination et à l'exploitation ; et
- Contribue au développement durable, à travers des investissements et des emplois verts.



**Au fond, le modèle de mondialisation, qui a régné en maître absolu pendant plus de deux décennies, se retrouve discrédité.**



Le travail décent constitue une partie essentielle de la solution à la crise mondiale. Il implique la création d'emplois et la protection des droits des travailleurs, en particulier le droit d'organiser un syndicat et de mener des négociations collectives. Il implique également l'abolition de la discrimination, du travail des enfants et du travail forcé et l'accès à des filets de sécurité sociale pour les personnes sans emploi. Le travail décent sous-entend aussi un dialogue social – dialogue entre gouvernements, employeurs et syndicats, vers la recherche de solutions qui agissent dans l'intérêt de tous, basé sur la reconnaissance du rôle essentiel et légitime des syndicats au travail et dans la société. Par ailleurs, le travail décent implique qu'il faille combler le gouffre d'inégalité qui sépare les riches des pauvres, qui a été un élément contributeur de la crise, et veiller à ce que les travailleuses et travailleurs jouissent de revenus adéquats garantissant à eux-mêmes ainsi qu'à leurs familles un niveau de vie décent qui contribue, à son tour, à stimuler la croissance économique.

### **UN TRAVAIL DÉCENT – POUR UN MONDE DÉCENT**

La crise financière menace l'emploi, le logement et le futur de milliards de personnes – qui n'ont jamais tiré profit des années d'excès, dont le travail a été sous-payé et dégradé et qui ne sont guère responsables des changements actuels.

En examinant le gouffre auquel ils ont contribué, les responsables politiques prennent conscience de la nécessité de réglementer l'économie mondiale et de l'obligation des gouvernements d'assumer enfin les responsabilités auxquelles ils ont renoncé depuis longtemps – à savoir établir des règles pour les marchés, protéger les citoyens et subvenir à leurs besoins, et œuvrer pour assurer des résultats socialement équitables et durables.

Au fond, le modèle de mondialisation, qui a régné en maître absolu pendant plus de deux décennies, se retrouve discrédité. Toutefois, son échec nous permet de jeter les semences d'un changement fondamental.

Lors de sa fondation en 2006, la CSI a mis en exergue la nécessité d'un changement fondamental de la mondialisation et s'est engagée à y contribuer. L'heure est venue d'opérer ce changement.

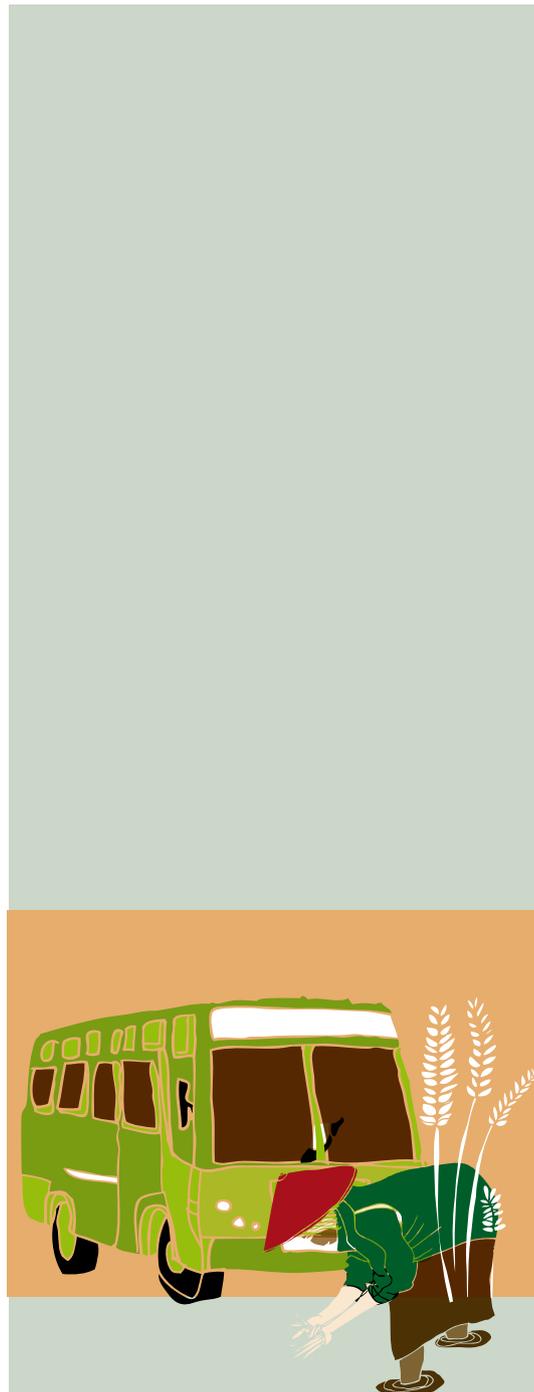
La résolution de la crise financière doit aller de pair avec une action concertée internationale visant à stimuler les emplois et la croissance afin que le danger imminent de la récession mondiale soit écarté et que les économies suivent les voies d'un développement équitable et durable.

La tâche fondamentale de réglementer les marchés financiers en vue de mettre définitivement fin à l'option d'un retour à la situation antérieure et à une répétition du fiasco d'aujourd'hui doit faire partie intégrante d'un plus large agenda destiné à réorganiser la gestion de l'économie mondiale.

Les déséquilibres qui sont à l'origine de la chute ou de la stagnation des salaires réels, parallèlement à l'enregistrement de bénéfices record par les capitaux, doivent être rétablis. Les droits d'organisation et de négociation, reconnus à l'échelle internationale, doivent être appliqués dans le monde entier afin que les travailleurs/euses puissent influencer réellement sur leur vie et leur avenir. L'agenda sur le commerce, qui se retrouve dans l'impasse du cycle de Doha, ne peut en sortir que s'il se fonde sur les impératifs du travail décent, du développement, des droits et de l'équité. La communauté internationale est également confrontée à l'obligation inévitable d'élaborer rapidement un plan efficace visant à lutter contre les changements climatiques, dans la mesure où un échec aurait des conséquences bien plus désastreuses que celles d'un effondrement financier.

Les gouvernements des pays membres du G20, qui représentent plus de trois quarts de l'économie mondiale totale, se sont réunis à Londres en avril 2009. Les décisions prises lors du Sommet de Londres ont laissé entrevoir la possibilité d'un changement réel et véritable. Toutefois, il reste énormément à faire pour traduire ce potentiel en réalité. Le plus important est que la pression publique en faveur du changement aille en croissant.

Pour cette raison, le Conseil général de la CSI a décidé que cette année, la JMTD devrait agir en tant que point de ralliement international pour la promotion des mesures réclamées par le mouvement syndical pour sortir l'économie mondiale de la récession et construire une nouvelle économie.



**Toute personne dans le monde devrait pouvoir avoir un emploi lui permettant de mener une vie digne répondant à ses besoins essentiels.**



## **POURQUOI UN TRAVAIL DÉCENT ?**

Toute personne dans le monde devrait pouvoir avoir un emploi lui permettant de mener une vie digne répondant à ses besoins essentiels. A cette fin, l'emploi est un facteur fondamental. Il est nécessaire que les gouvernements prennent des mesures adéquates en faveur des millions de femmes, d'hommes, de jeunes et de migrants qui travaillent ou qui sont à la recherche d'un emploi:

- veiller à ce que la protection sociale et les droits des travailleurs et des travailleuses soient pleinement respectés tant dans les législations du travail que dans la pratique. Les niveaux de vie et les économies requièrent un emploi productif pour se développer;
- créer des millions d'emplois significatifs pour les femmes et les hommes.

Les emplois ne sont améliorés que s'ils sont liés à des normes et à des droits. La protection sociale offre aux travailleurs/euses la sécurité dont ils/elles ont besoin pour faire face au futur en toute confiance.

C'est pourquoi il conviendrait d'exhorter tous les gouvernements à se consacrer davantage à la création d'emplois, et pas seulement de tout emploi, mais d'emplois décents pour tous.

Dans de nombreux cas, on affirme que les pays ne peuvent se permettre des salaires équitables ni de meilleures conditions; toutefois, les bénéfices à long terme prédomineront rapidement sur les coûts à court terme. C'est pourquoi le travail décent est la meilleure manière de lutter contre la pauvreté mondiale. Pour la majorité des personnes dans le monde entier, l'insuffisance d'emplois est synonyme de pauvreté.

## **QU'EST-CE QUE LE TRAVAIL DÉCENT?**

Pour répondre brièvement, le travail décent permet à toute personne de mener une vie décente. Toutefois, on peut également y apporter une réponse plus longue: le travail décent, comme concept et programme, a été introduit et promu initialement par l'Organisation internationale du travail (OIT) en 1999. Il se compose de quatre éléments: l'emploi, les droits, la protection et le dialogue. Le travail décent se base sur la conviction que ces quatre éléments sont néces-

saires à la création des meilleures perspectives de progrès social et de développement.

### **L'emploi implique...**

- un revenu équitable assurant une vie décente
- une égalité de traitement et de chances pour tous
- de bonnes conditions de travail
- une santé et une sécurité sur le lieu de travail
- un accès à un travail significatif et productif
- des perspectives de développement personnel

### **Les droits des travailleurs par rapport à l'emploi sont...**

- la liberté de se syndicaliser
- la liberté d'expression
- la possibilité pour les femmes et les hommes de participer aux décisions qui touchent leur propre vie
- le droit de négocier collectivement
- ne pas être victimes de la discrimination
- ne pas être victimes du travail forcé
- ne pas être victimes du travail des enfants
- la reconnaissance légale et l'accès à un système juridique
- l'existence de lois du travail et de l'Etat de droit

### **La protection sociale met en évidence...**

- le lien important entre l'emploi productif et la sécurité pour ceux qui, pour une raison ou une autre, sont sans emploi;
- la protection de la perte ou de la réduction des revenus en raison du chômage, de lésions, de la maternité, de la paternité, de la vieillesse, ou de tout type de difficultés des conditions de vie;
- les sociétés justes et inclusives.

### **Le dialogue social souligne...**

- le droit et la possibilité des travailleurs/euses et des employeurs d'être représentés à travers leurs organisations;
- l'obtention des meilleures solutions et des solutions les plus durables à travers la coopération qui est au cœur de la stabilité sociale, de la croissance soutenue et du développement durable;
- l'existence de canaux à travers desquels des conflits peuvent être discutés et résolus.

**Pour la majorité des personnes dans le monde entier, l'insuffisance d'emplois est synonyme de pauvreté.**



Si vous désirez en savoir plus au sujet du travail décent et de la politique qui le sous-tend, nous vous invitons à vous rendre sur le site Internet de la Journée mondiale pour le travail décent [www.wddw.org](http://www.wddw.org). Consultez les rubriques « Matériel pour les actions » et « Publications ».

## JMTD

*Profitez de l'occasion de la Journée mondiale pour renforcer davantage vos stratégies syndicales en matière de travail décent, par exemple en ce qui concerne la création d'emplois, l'égalité de rémunération, la syndicalisation de nouveaux membres, les travailleurs/euses migrant(e)s et la situation des jeunes. Il convient de s'axer particulièrement sur les femmes et les jeunes dans la mesure où la majorité d'entre eux sont concentrés dans des emplois mal rémunérés, non protégés, temporaires ou occasionnels.*

- *Les femmes sont victimes de multiples formes de discrimination et représentent une proportion croissante (60%) des pauvres ainsi que des travailleurs pauvres dans le monde.*
- *Jusqu'à 93 % des emplois disponibles pour les jeunes sont informels ou non protégés.*

*Examinez la manière dont l'Agenda du travail décent peut être intégré à vos politiques et activités existantes. Insérez des informations sur la campagne en faveur du travail décent dans vos publications syndicales et promouvez la campagne dans le cadre de votre travail en cours et examinez les parties qui correspondent à l'Agenda du travail décent. Comment pouvez-vous promouvoir ce travail au sein de votre propre mouvement et parmi vos membres?*

*Vu l'ampleur du concept du travail décent, on pourrait envisager la possibilité de transformer cette campagne en un réseau ou une coalition de plus grande envergure – éventuellement en collaboration avec d'autres organisations syndicales et fédérations syndicales internationales, des syndicats partenaires dans d'autres pays et des ONG.*



## RECOURS AUX LISTES DE VÉRIFICATION SUR LE TRAVAIL DÉCENT

### Questions essentielles sur le travail décent dans votre propre pays:

- Toutes les femmes et tous les hommes dans votre pays ont-ils la possibilité d'obtenir un travail qui leur permette, ainsi qu'à leur famille, de mener une vie décente?
- Toute personne dans votre pays peut-elle s'affilier à un syndicat de son choix?
- Les syndicats dans votre pays sont-ils libres de réaliser leur travail sans interférence extérieure et sans restrictions en ce qui concerne la syndicalisation, la négociation et les actions de grève?
- Les personnes dans votre pays sont-elles protégées de la perte ou de la réduction des revenus en raison du chômage, de la discrimination, de lésions, de la maternité, de la paternité, de la vieillesse, ou de tout type de difficultés des conditions de vie?
- Les syndicats et les organisations d'employeurs participent-ils au dialogue social dans votre pays et sont-ils impliqués dans les discussions tripartites avec le gouvernement et d'autres autorités sur des questions les concernant?
- Les femmes bénéficient-elles de l'égalité des chances au travail ou pour obtenir un emploi? Bénéficient-elles d'une protection adéquate de la discrimination dans la loi et dans la pratique?

**Vous pouvez vous servir de ces listes de vérification ou check-lists en tant que point de repère, pour déterminer où vous en êtes en termes de travail décent au niveau de votre propre organisation ou de votre pays.**



## QUESTIONS ESSENTIELLES CONCERNANT L'INCIDENCE DE VOTRE PAYS SUR LA PROMOTION DU TRAVAIL DÉCENT DANS LE RESTE DU MONDE:

- Votre pays soutient-il le travail de l'Organisation internationale du travail dans le cadre de la promotion du travail décent?
- Votre pays soutient-il une plus grande promotion du travail décent dans le cadre de la gouvernance régionale (par exemple, dans l'UE, l'Union africaine, ANASE ou Mercosur) et mondiale (le système des Nations unies)?
- Votre pays accorde-t-il la priorité au travail décent en matière de coopération au développement, notamment dans le cadre de l'allocation de l'aide au développement?
- Votre pays accorde-t-il la priorité au travail décent dans sa politique commerciale, notamment en donnant la priorité à l'incidence sur les négociations commerciales et en soutenant l'intégration du respect des normes fondamentales du travail dans les accords commerciaux?
- Votre pays soutient-il la promotion du travail décent et lui donne-t-il la priorité dans le cadre des prêts des institutions financières internationales (par exemple, la Banque mondiale et le FMI), notamment en exigeant que les conditions liées aux prêts intègrent le respect des normes fondamentales du travail et que ces prêts promeuvent des politiques à forte intensité d'emplois, une protection sociale et la participation des partenaires sociaux (à savoir les syndicats et les employeurs) à la gouvernance?
- Votre pays inclut-il des propositions pour garantir l'égalité de genre dans les domaines mentionnés ci-dessus?

Vous pourriez également réfléchir à la réponse apportée par votre pays à la crise économique mondiale – cette réponse est-elle efficace ou manque-t-elle de répondre aux besoins de votre économie nationale ; votre pays est-il en mesure de supporter des changements profonds intervenant au niveau des processus de décision économique mondiaux ?



# CAMPAGNE

## « UN TRAVAIL DÉCENT, UNE VIE DÉCENTE POUR LES FEMMES »

Le 8 mars 2008, la CSI, en coopération avec les Fédérations syndicales internationales (FSI), a procédé au lancement couronné de succès de sa campagne « Un travail décent, une vie décente pour les femmes » : Au total, 89 centrales syndicales nationales se sont mobilisées dans 61 pays pour le coup d'envoi de cette campagne. Un vaste éventail d'activités ont été organisées sur : Les droits de protection de la maternité, les services de garde d'enfants, l'équité salariale, l'équilibre travail/vie et l'égalité entre l'homme et la femme dans les syndicats. La CSI a créé une liste de diffusion par courriel et diffusé de la documentation (via circulaires et communiqués En Ligne), y compris un guide de campagne, un poster et un diaporama.

### LE 8 MARS 2008 ET 2009 :

#### RAPPORTS SUR L'ÉCART SALARIAL ENTRE HOMMES ET FEMMES

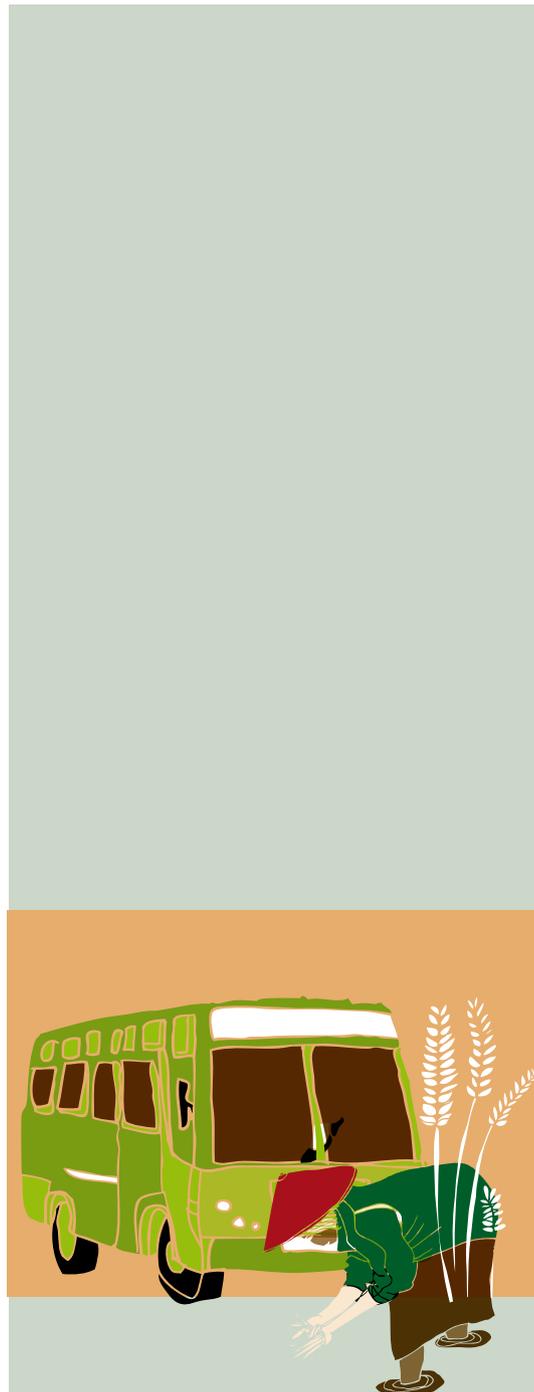
La CSI a publié deux rapports sur l'écart salarial entre hommes et femmes à l'occasion des deux dernières Journées du 8 mars. Ces deux rapports ont bénéficié d'une couverture médiatique importante et peuvent être consultés via le lien suivant :

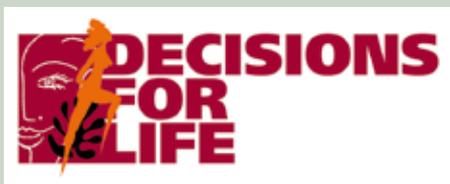
<http://www.ituc-csi.org/spip.php?rubrique198>

#### PROTECTION DE LA MATERNITÉ

Deux nouveaux pays ont ratifié la Convention n° 183 de l'OIT, notamment le Luxembourg (avril 2008) et le Mali (juin 2008), portant à 15 le nombre total de pays ayant ratifié la Convention n° 183 de l'OIT. La CSI a diffusé un nouveau dépliant et créé une page Internet. La NZCTU (Nouvelle-Zélande) et l'UATUC (Croatie) ont mené un lobbying auprès de leurs gouvernements en faveur de la ratification et la mise en œuvre de la Convention n° 183. La CSI a également diffusé un clip vidéo sur la protection de la maternité qui peut être visionné sur le canal CSI sur YouTube :

<http://www.youtube.com/user/ITUCCSI>





**7 OCTOBRE 2008 :**

### **JOURNÉE MONDIALE POUR LE TRAVAIL DÉCENT**

Des femmes ont initié et/ou pris part aux événements syndicaux organisés par 216 de nos organisations affiliées. Plusieurs centaines de milliers de personnes ont participé à des rassemblements, des défilés et des manifestations.

**7 OCTOBRE 2009 :**

### **JOURNÉE MONDIALE POUR LE TRAVAIL DÉCENT**

Le réseau de la campagne « Un travail décent, une vie décente pour les femmes » a d'ores et déjà entamé les préparatifs des activités pour la Journée mondiale 2010. N'oubliez pas que si vous ne nous signalez pas vos activités, nous ne pourrions pas en informer les autres ! Signalez vos actions sur : [www.wddw.org](http://www.wddw.org) ou envoyez un courriel avec les détails de votre action à : [wddw@ituc-csi.org](mailto:wddw@ituc-csi.org)

### **PROJET « DÉCISIONS POUR LA VIE » :**

Le ministère des Affaires étrangères des Pays-Bas a approuvé, au titre de l'objectif n° 3 des OMD, une demande de financement de la CSI portant sur un projet d'une durée de deux ans et demi. Celui-ci vise à la sensibilisation des jeunes salariées du secteur des services concernant leurs perspectives d'emploi et leurs possibilités de carrière futures, comment construire une famille et la conciliation entre le travail et la vie de famille. Le projet prévoit deux types d'activités : 1) Des campagnes syndicales pour la promotion de meilleures conditions de travail, 2) Le lancement de sites Web consacrés aux travailleuses et, plus particulièrement, aux décisions que les jeunes travailleuses sont amenées à affronter durant cette étape-clé de leur vie. Tous les outils en ligne pourront être téléchargés et utilisés dans le cadre des campagnes syndicales. Les 12 pays couverts par ce projet sont : Le Brésil, l'Inde, l'Indonésie, l'Azerbaïdjan, la Biélorussie, le Kazakhstan, l'Ukraine, l'Angola, le Mozambique, l'Afrique du Sud, la Zambie et le Zimbabwe. Les principaux partenaires de projet de la CSI sont l'UNI (en coopération avec l'UITA et l'ISP), la WageIndicator Foundation (spécialisée dans la création de sites Web concernant les salaires) et l'Université d'Amsterdam (expérimentée dans les inventaires internationaux concernant l'agenda du travail décent, les salaires et les systèmes de relations industrielles des entreprises.)



# QUELQUES MYTHES COURANTS

## 1. N'IMPORTE QUEL EMPLOI VAUT MIEUX QUE PAS D'EMPLOI DU TOUT.

En réalité, l'objectif n'est pas seulement de créer des emplois mais de créer des emplois d'une qualité acceptable. S'il est vrai que la notion de travail décent se retrouve désormais aux quatre coins du monde, la qualité de l'emploi peut être interprétée de diverses façons par les travailleurs. Elle peut se rapporter aux salaires, aux droits, aux différentes formes et aux différentes conditions de travail, de même qu'au sentiment de valorisation et de satisfaction. Il est essentiel d'élaborer des politiques génératrices d'emplois respectueux des droits des travailleurs, afin que ces derniers puissent jouir de salaires, de conditions de travail, d'une protection sociale et d'une satisfaction personnelle qui soient en accord avec leurs attentes.

Ce dont le monde du travail a besoin aujourd'hui, c'est de mettre en place des systèmes économiques capables de garantir une protection de base et une rémunération et un emploi adéquats et de s'adapter aux changements rapides survenant sur le marché du travail. Un emploi qui met votre vie en danger ou vous rend incapable de subvenir aux besoins de votre famille n'est pas un emploi décent.

## 2. LES NORMES ET LES PRINCIPES ET DROITS AU TRAVAIL ENTRAVENT LE PROGRÈS DE LA MONDIALISATION.

Rien n'est plus faux ! Nous vivons dans un marché mondial hautement compétitif où les travailleurs sont constamment confrontés à des pressions pour atteindre des objectifs et respecter des délais et des quotas de production. Hormis ses nombreux avantages, la mondialisation est également à l'origine d'une augmentation de la précarité, de l'incertitude et de l'externalisation de l'emploi, et permet de travailler par delà les frontières sous différentes lois et dans différents environnements.

La protection et le traitement équitable des travailleuses et travailleurs passe par la reconnaissance et l'application effective des normes internationales du travail concernant la liberté d'association, l'égalité, le travail forcé et le travail des enfants. Il s'agit là d'engagements

**Nous vivons dans un marché mondial hautement compétitif où les travailleurs sont constamment confrontés à des pressions pour atteindre des objectifs et respecter des délais et des quotas de production.**



**Le travail décent, sous toutes ses formes, peut contribuer à l'établissement d'un modèle de développement plus inclusif du point de vue social et plus dynamique du point de vue économique.**



communs qui peuvent contribuer à réduire la précarité, prévenir le dumping social compétitif et garantir l'égalité de traitement, la responsabilisation et le respect, tout en procurant un référent mondial en matière de législation du travail. Les droits des travailleurs doivent servir de guide pour l'industrie mondiale et la bonne gouvernance.

### **3. LE TRAVAIL DÉCENT EXISTE DÉJÀ DANS TOUS LES PAYS INDUSTRIALISÉS.**

Pas forcément et pourtant, l'agenda du travail décent est considéré obsolète dans nombre de pays industrialisés. Des écarts sociaux substantiels subsistent néanmoins au niveau des pays, alors que la lutte contre la discrimination à l'égard des femmes et des migrants est jonchée d'obstacles ; les droits syndicaux continuent d'être menacés dans nombre de pays et il existe toujours des secteurs et des pays où le dialogue social entre les travailleurs et les employeurs est inexistant.

Des emplois plus nombreux et meilleurs sont requis dans les pays industrialisés et l'agenda du travail décent doit également contribuer à l'accès aux formations, au développement des compétences et au progrès social, ainsi qu'à une protection et des droits pour tous les travailleurs, qui font partie intégrante de la dimension sociale de la mondialisation.

### **4. VU L'AMPLEUR DE L'ÉCONOMIE INFORMELLE, L'AGENDA DU TRAVAIL DÉCENT N'EST PAS PERTINENT AUX PAYS EN DÉVELOPPEMENT.**

Faux ! La moitié de la population du continent africain vit dans l'extrême pauvreté, avec seulement 1 dollar par jour, tandis que les marchés du travail en Afrique se caractérisent par une importante économie informelle urbaine et une main-d'œuvre massive provenant majoritairement des zones rurales. Parmi ces 300 millions de personnes, une majorité ne parvient pas à subvenir à leurs besoins de base ni à ceux de leur famille, et ce alors qu'elles ont un travail.

Les difficultés liées à l'accès à des moyens d'existence décents sont probablement plus considérables encore dans les pays en développement ; ces obstacles sont attribuables, en partie, aux relations internationales et, en partie, aux problèmes internes au pays. La promotion

du travail décent pour tous dans les pays en développement générera de nouvelles perspectives soutenables permettant aux femmes et aux hommes de travailler profitablement et de toucher un revenu régulier, y compris la protection de leurs droits, pour conduire, à terme, à la victoire dans la lutte contre la pauvreté. Le travail décent, sous toutes ses formes, peut contribuer à l'établissement d'un modèle de développement plus inclusif du point de vue social et plus dynamique du point de vue économique.

## **5. LE MARCHÉ DU TRAVAIL DE NOTRE ÉCONOMIE MONDIALISÉE N'EST PAS COMPATIBLE AVEC LE TRAVAIL DÉCENT.**

En réalité, nous devons donner un visage humain à l'économie globalisée. La concurrence accrue, l'accélération des changements économiques et sociaux et la maximisation de la productivité dans une économie de marché ne conduisent pas forcément à l'inclusion sociale et ne créent pas nécessairement les conditions pour un environnement soutenable.

Les conséquences sociales de la mondialisation peuvent être adverses si les travailleuses et travailleurs ne luttent pas pour l'obtention et la promotion de l'égalité des chances entre les hommes et les femmes dans le cadre de l'Agenda du travail décent de l'OIT : Promotion des droits au travail ; emploi ; protection sociale et dialogue social. Le développement durable et le travail décent pour tous doivent faire partie intégrante de la mondialisation, de manière à ce que tout le monde soit effectivement « sur un pied d'égalité » dans l'emploi, l'équité et la dignité humaine.

**Nous devons donner  
un visage humain à  
l'économie globalisée.**



# Pourquoi agir ?

La Confédération syndicale internationale fut fondée en novembre 2006 à travers un regroupement des organisations précédemment affiliées à la Confédération internationale des syndicats libres (CISL) et à la Confédération mondiale du travail (CMT) et des centrales syndicales nationales qui n'appartenaient à aucune des deux confédérations internationales. A l'occasion du Congrès fondateur, à Vienne, il a été convenu que la CSI prendrait des mesures fortes, à niveau mondial, en faveur d'une nouvelle mondialisation –qui ne tire pas profit de l'exploitation des travailleurs et qui respecte les droits fondamentaux des travailleurs.

## JMTD 2008

La Journée mondiale pour le travail décent fut célébrée pour la première fois le 7 octobre 2008. Plus de 616 actions furent organisées dans 130 pays, avec la participation de plus d'un million de personnes. A cette occasion, une quantité impressionnante d'activités ont été organisées de par le monde –depuis l'aube, à Fidji, jusqu'au crépuscule, en Alaska. Tous les événements ont été diffusés en direct ou légèrement en différé sur le site Web spécial de la JMTD : [www.wddw.org](http://www.wddw.org). Plus loin dans ce guide, vous trouverez des exemples d'actions organisées à l'occasion de la JMTD 2008.

De par le monde, les thématiques les plus diverses ont été abordées de multiples façons – elles se rattachaient, cependant, toutes à un même thème central : Le travail décent. La Journée mondiale est une occasion unique pour les syndicats et autres organisations concernées de montrer leur soutien pour le travail décent et de mettre en lumière aussi l'importance du travail entrepris par le mouvement syndical.

## JMTD 2009

Le contenu de la Journée mondiale pour le travail décent est entièrement à la discrétion de votre propre organisation. Le rôle de la CSI se résume à mettre à votre disposition un certain nombre d'outils que vous pouvez choisir d'utiliser selon votre convenance, que ce soit



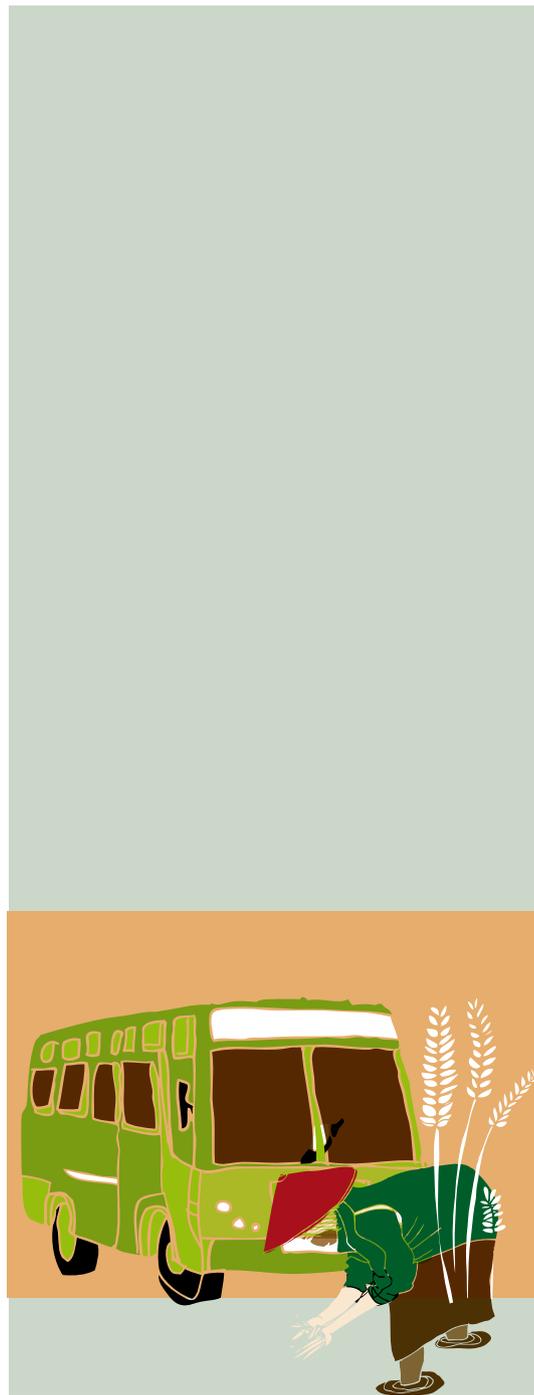
au niveau de votre organisation ou de votre pays. Tous les outils de campagne sont à votre disposition sur le site Web [www.wddw.org](http://www.wddw.org). Vous y trouverez également des renseignements complémentaires concernant le Travail décent, y compris le présent guide de campagne et une liste complète des actions qui seront mises en œuvre au cours de la Journée mondiale. Ces informations seront publiées aussitôt qu'elles nous seront communiquées. Le logo de la campagne, la documentation et les illustrations sont à votre libre disposition. Vous pouvez également cliquer sur « 2008 » pour découvrir toutes les actions qui ont eu lieu l'année dernière.

Nous vous invitons à inclure le site Web de la JMTD dans vos préparatifs pour la Journée mondiale. Vous pouvez également encourager d'autres personnes à suivre les actions durant la Journée elle-même – nous diffuserons un live feed ou flux d'infos en direct concernant les événements, y compris des photos et des vidéos, au fur et à mesure que les informations nous parviendront des quatre coins du monde.

Ne perdez donc pas de temps et commencez à planifier dès maintenant vos actions pour cette année. Et n'oubliez pas de faire participer autant de personnes que possible au sein de votre organisation, surtout celles travaillant dans la presse et les communications.

Ci-dessous, vous trouverez quelques idées quant au type d'actions que vous pourriez organiser. De nombreux exemples d'activités organisées dans différents pays l'année dernière sont inclus. Certaines d'entre elles sont relativement exigeantes du point de vue des ressources nécessaires et du coût, d'autres le sont moins. Il y aura toujours quelque chose à faire pour tout le monde.

Bonne chance !



# Comment agir ?

## EN QUOI CONSISTE UNE CAMPAGNE ?

Une campagne peut être définie comme une activité plus intense menée durant une période de temps définie pour atteindre un résultat spécifique. Comment organiser ou participer à une campagne ?

En tout premier lieu, vous devrez vous poser quelques questions pour vous assurer que l'action que vous planifiez est adéquate par rapport au résultat que vous espérez atteindre.

*JMTD : La Journée mondiale pour le travail décent peut être considérée comme une campagne dès lors qu'elle comporte des activités échelonnées sur une période de temps bien déterminée (7 octobre) et vise à atteindre des résultats bien spécifiques (mobiliser le plus grand nombre possible de personnes et d'organisations simultanément pour sensibiliser l'opinion mondiale au thème du travail décent.)*

## QUEL EST LE SUJET DE VOTRE CAMPAGNE ?

Votre campagne a-t-elle plusieurs thèmes ou porte-t-elle sur un seul thème ? Tâchez de ne pas perdre de vue que plus le contenu de votre campagne sera étendu, plus il vous faudra consacrer de temps et de ressources pour atteindre votre objectif. En répétant un même message fréquemment, ce message aura plus de chances d'être assimilé. Toutefois, un aspect du travail de campagne consiste aussi à pouvoir communiquer une même idée de nombreuses façons différentes, ce qui permet de faire passer un argument sans, toutefois, être excessivement prévisible ou répétitif.

Plus vous serez proche de votre public, plus votre campagne aura des chances d'atteindre son but.

Cependant, l'organisation de nouveaux membres ne constitue pas une campagne en soi, attendu que le recrutement se déroule de façon continue. Vous pourriez, toutefois, décider de mener une action spécifique durant une période de temps donnée, dans quel cas on pourrait parler de campagne. Dans le cas d'une campagne d'organisation, il est possible de cibler plus spécifiquement certaines



catégories de travailleurs, par exemple, les jeunes, les étudiants, les retraités ou une entreprise ou une usine spécifique. Une chose dont il faut se rappeler est que la campagne doit avoir un commencement et une fin. Sans cela, au lieu d'une campagne, l'action ferait partie de vos activités quotidiennes.

*JMTD : En 2008, la Journée mondiale avait pour thème principal le Travail décent et pour thèmes secondaires : Les droits au travail, la solidarité et l'abolition de la pauvreté et de l'inégalité. Le thème pour 2009 est la crise financière et l'importance du travail décent pour venir à bout de la crise.*

### **QUEL RÉSULTAT ESPÉREZ-VOUS OBTENIR ?**

Envisagez-vous un changement politique, dans l'espoir de vraiment changer les choses ? Votre but est-il simplement de faire savoir aux gens qui vous êtes et ce que vous faites ? Ou votre intention est-elle en fait de dire aux gens que votre solution à un problème est la meilleure solution ? Il faut toujours garder à l'esprit qu'il sera difficile de faire accepter votre solution aux autres avant qu'ils ne soient eux-mêmes conscients du problème. L'année dernière, il était bien plus difficile de faire accepter l'agenda du travail décent aux médias et aux décideurs. Pourquoi ? Tout simplement parce qu'ils n'y voyaient pas de besoin immédiat ou de gain personnel. Qu'est-ce qui a donc changé entre temps ? Avec la crise financière colossale qui a frappé le monde entier, le problème a, en quelque sorte, été établi – avec souvent des répercussions catastrophiques. Le moment est donc particulièrement propice pour dire aux décideurs, aux institutions, aux entreprises et aux gouvernements que l'agenda du travail décent peut constituer une solution aux problèmes du monde. Et que si des réglementations meilleures et plus strictes avaient été en place, les répercussions de la crise n'auraient probablement pas été aussi dévastatrices. Et qu'une meilleure protection sociale aurait permis d'éviter de nombreuses tragédies personnelles, de par le monde.

Il est donc important de bien analyser la situation à l'heure de définir le programme de votre campagne. Votre campagne vise-t-elle à sensibiliser les gens au sujet d'un problème donné ou à les informer qu'il existe une solution au problème ; ou encore que la solution que vous proposez est meilleure que les autres solutions proposées ? Il se peut



**Si vous tenez réellement à réussir à faire passer votre message, vous devrez veiller à être beaucoup plus spécifique.**



même que vous vouliez faire savoir aux gens ce que vous avez déjà accompli et leur demander de prendre les dispositions qui s'imposent pour mettre en pratique les résultats que vous avez obtenus.

*JMTD : Nous voulons plus d'emplois décents dans le monde. Nous voulons que plus de travailleurs aient accès à un salaire décent et donc à une vie plus décente. Nous voulons voir plus d'enfants sortir du monde du travail et prendre le chemin de l'école. Nous voulons des conditions de travail plus décentes. Nous voulons mettre en pratique l'agenda du travail décent. Vu l'ampleur de la problématique, il est recommandé que chaque organisation et chaque syndicat affilié établisse ses propres objectifs secondaires.*

### **QUI CIBLEZ-VOUS ?**

Vous devez définir vos groupes cibles. Par exemple, si votre objectif porte sur un changement de fond, tel la ratification d'une loi ou d'une convention, vous devriez cibler les législateurs. Quelle est la meilleure approche pour y parvenir ? Dans certains cas, la meilleure approche pourrait consister à agir à l'arrière plan, sans en informer personne – par exemple si vous avez des relations sur lesquelles vous pouvez compter. L'inconvénient, dans ce cas, est que vos membres ne distingueront pas nécessairement les avantages d'une telle démarche, ce qui ne veut pas dire, pour autant, qu'elle ne soit pas utile ou opportune. Vous devez énoncer clairement vos priorités. Votre priorité est-elle d'amorcer le changement en tant que tel ou de faire savoir aux gens que vous êtes engagé dans ce domaine ? Dans certains cas, la campagne tout entière peut se résumer à partager votre point de vue avec les gens pour les sensibiliser et attirer leur attention sur un problème.

S'agit-il d'une campagne extérieure ou intérieure à votre organisation ? Les membres constituent-ils ou non le groupe cible ?

Il est fort probable que vous soyez amené à traiter avec de nombreux groupes cibles différents dans le cadre d'une même campagne. L'approche ou le langage à employer seront foncièrement différents dans le cas d'un chercheur universitaire que dans celui d'un journaliste. Vous devez donc aussi penser à votre public à l'heure de le cibler. Tâchez d'anticiper les questions qu'ils vous poseront et les points contre lesquels ils sont susceptibles d'élever des objections et servez-

vous de ces informations dans votre communication. Réfléchissez également à QUI délivre votre message ? Quelle est la personne qui est susceptible de mieux capter l'attention de votre public ? Peut-être une personne plus âgée n'est-elle pas la mieux placée pour encourager des travailleurs jeunes à s'organiser ? En revanche, cette personne pourrait bien est la mieux placée pour mettre en exergue l'importance du sujet et de l'ordre du jour à l'heure de traiter avec des politiciens ou des institutions ?

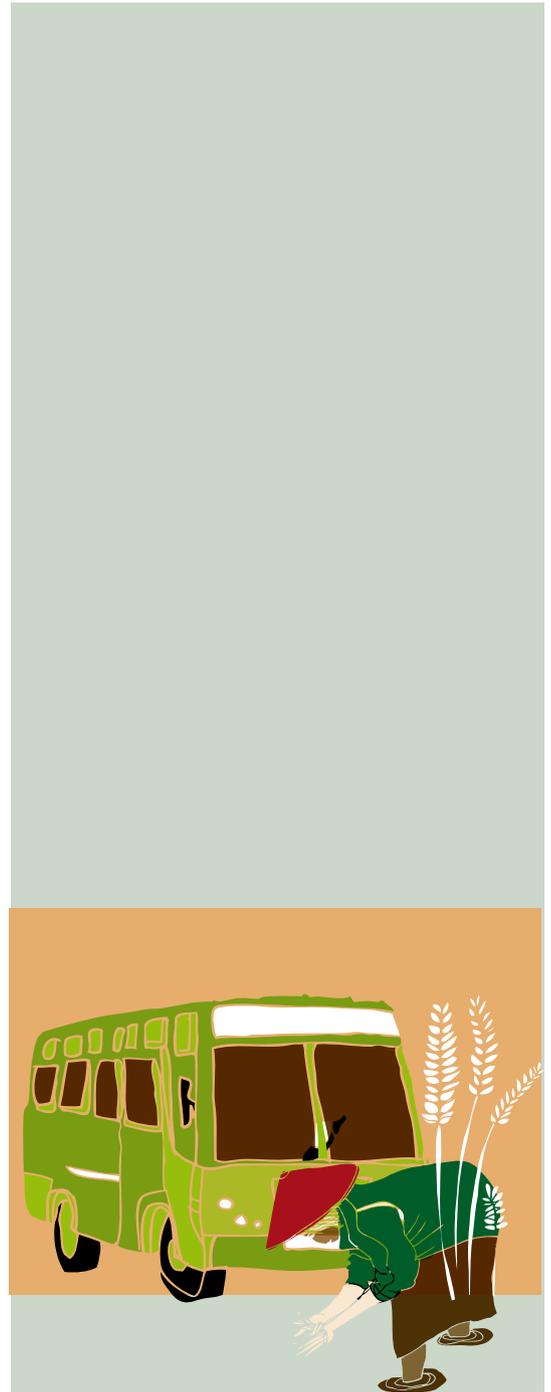
Une autre chose qu'il faut garder à l'esprit est que le public général est, comme son épithète l'indique - très général. Si vous tenez réellement à réussir à faire passer votre message, vous devrez veiller à être beaucoup plus spécifique. Cibler des jeunes travailleurs dans la catégorie d'âge des 25-35 ans, dans un secteur d'activité déterminé et moyennant une série de caractéristiques spécifiques, voilà ce qu'on peut appeler définir un vrai groupe cible.

*JMTD : En ce qui nous concerne à la CSI, nous ciblons nos affiliées et leurs organisations membres, le mouvement syndical dans son ensemble, ainsi que les organisations et institutions désireuses de contribuer à l'agenda du travail décent. Toutefois, comme il s'agit d'une campagne qui intègre une multiplicité d'autres campagnes et actions, il est impératif que des groupes cibles soient, à leur tour, définis pour chacune de ces sous-campagnes/actions.*

## COMMENT LE DIRE ?

À présent que vous savez quel est le sujet et ce que vous voulez dire à qui, vous pouvez aussi commencer à réfléchir à COMMENT le dire. Votre message doit être formulé de manière à être bien reçu par votre public et vos différents groupes cibles. La rédaction d'un rapport doit se baser sur des informations détaillées et un langage très factuel. À l'instar des réclames publicitaires dont le but est de vendre, vos messages devront être concis et solides. Le message ne sera pas le même s'il s'agit de femmes, d'hommes, de jeunes, de politiciens ou de tout autre groupe de personnes.

*JMTD : Au lieu de « seulement » demander un travail décent pour tous, nous pouvons prôner le travail décent comme une condition sine qua non de la solution à la crise économique et de la construction d'une nouvelle économie.*



## A QUEL MOMENT FAITES-VOUS CAMPAGNE ?

Il peut aussi être utile de réfléchir au meilleur moment de faire quelque chose. Si vous vous trouvez engagés dans des négociations avec un gouvernement ou une institution, il ne serait peut-être pas très opportun de lancer une campagne publique si vous ciblez, en même temps, ce gouvernement. Tâchez de diffuser votre campagne dans les médias une fois que votre agenda commence à susciter de l'intérêt auprès de l'opinion publique. Les réunions ou séminaires importants auxquels des journalistes risquent d'être présents sont une occasion dont vous pourriez tirer parti pour mettre en avant votre agenda.

*JMTD : Dans le cas de la JMTD, rien n'est plus facile – le rendez-vous est fixé au 7 octobre ! Mais il peut y avoir d'autres aspects à prendre en considération à l'heure d'établir un lien entre ces actions et le travail que vous menez déjà au sein de votre organisation. Comment donc tirer le meilleur parti de la Journée du 7 octobre ?*

## ET COMMENT MENER AU MIEUX L'ACTION DE CAMPAGNE ?

Il existe mille et une façons de faire campagne ! Nous avons tenté d'en réunir quelques bons exemples que nous vous invitons à découvrir ci-dessous. Nous espérons que cette lecture vous fournira des pistes utiles dont vous pourrez vous servir dans le cadre de votre propre campagne.

## LE LOBBYING POLITIQUE

Il y a autant de manières différentes de mener un lobbying politique qu'il y a de politiciens. Vous devez tout d'abord être clairement fixés sur votre but, ainsi que sur la nature précise du changement que vous envisagez d'opérer. Quelle est la composition du groupe spécifique de personnes que vous visez ? Qui est responsable du groupe en question ? Quelles sont les personnes au sein du groupe qui sont d'accord avec vous et qui sont contre vous ? Après avoir examiné ce qui précède, vous devriez déterminer s'il convient de mener la campagne dans la discrétion ou avec le plus d'attention possible ? Par exemple, la pression des médias contribuera-t-elle ou ne contribuera-t-elle pas à votre cause ?



N'oubliez pas que les institutions internationales sont constituées d'individus, eux-mêmes dotés d'une nationalité et soumis aux pressions de leurs pays respectifs pour prendre les décisions les plus appropriées.

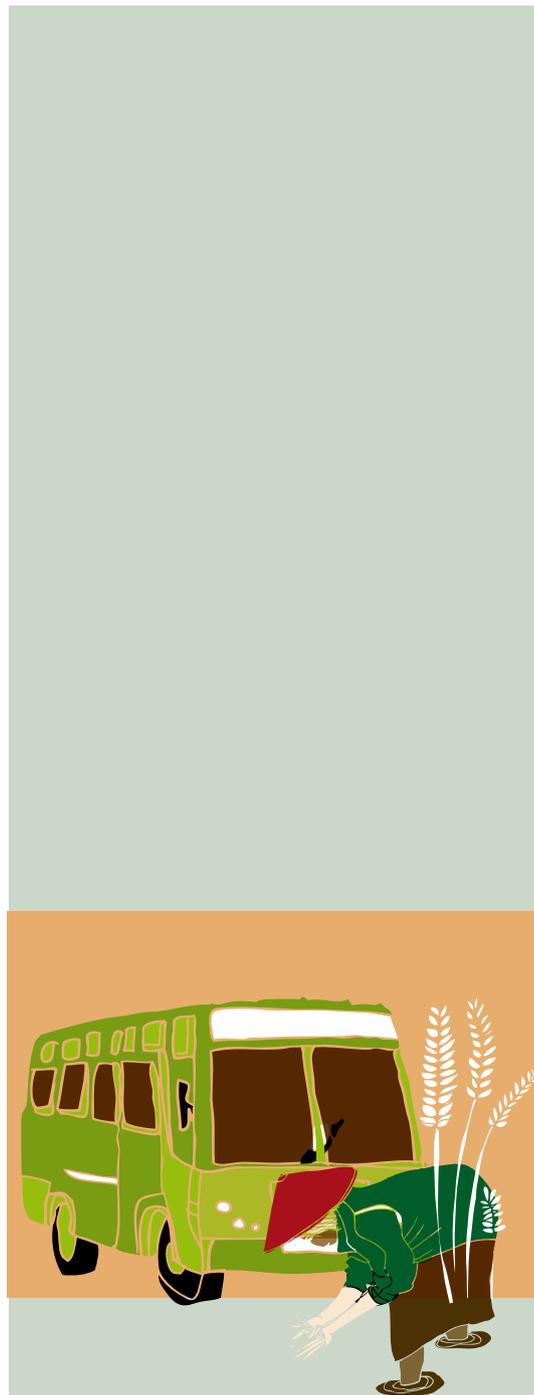
Mettons, par exemple, que vous ayez une pétition politique pour une institution spéciale. Vous pourriez inviter tous les politiciens de l'institution en question à signer ; vous pourriez ensuite publier, à travers vos campagnes et sur votre site Web, les noms des personnes qui ont et n'ont pas signé.

Toutefois, le meilleur résultat que vous puissiez obtenir proviendra de vos contacts personnels. Il ne faut, cependant, pas perdre de vue que le fait-même de recourir à ces contacts peut vous empêcher de vous attribuer le mérite des changements – surtout si vous tenez vraiment à pouvoir compter sur ces contacts personnels ultérieurement !

La persistance est une autre vertu non négligeable dans le domaine du lobbying. Plus le problème apparaîtra important aux yeux des personnes autour de vous, plus il est probable qu'ils accepteront de se réunir avec vous pour tenter de trouver une solution.

Faites bien vos devoirs : Vous devez bien connaître tous les détails voulus et vous munir d'arguments solides. Il s'agit, en quelque sorte, d'une négociation. Que pouvez-vous demander ? Si vous exigez trop de changements en même temps, votre objectif pourrait sembler hors d'atteinte et vos demandes pourraient se voir rejeter de but en blanc. Peut-être vaudrait-il mieux en fait obtenir quelques changements effectifs –un à un et dans une perspective à plus long terme ? Tâchez de trouver un terrain d'entente !

Si vous ne parvenez pas à obtenir une audience avec un gouvernement, par exemple, alors que vous avez le soutien populaire de votre côté, vous pourriez chercher à rallier le soutien international en faveur de votre cause. Un tel recours est à envisager quand les choses commencent à tourner plutôt mal. Peut-être les pays voisins pourraient-ils être intéressés à prendre part à votre campagne ?



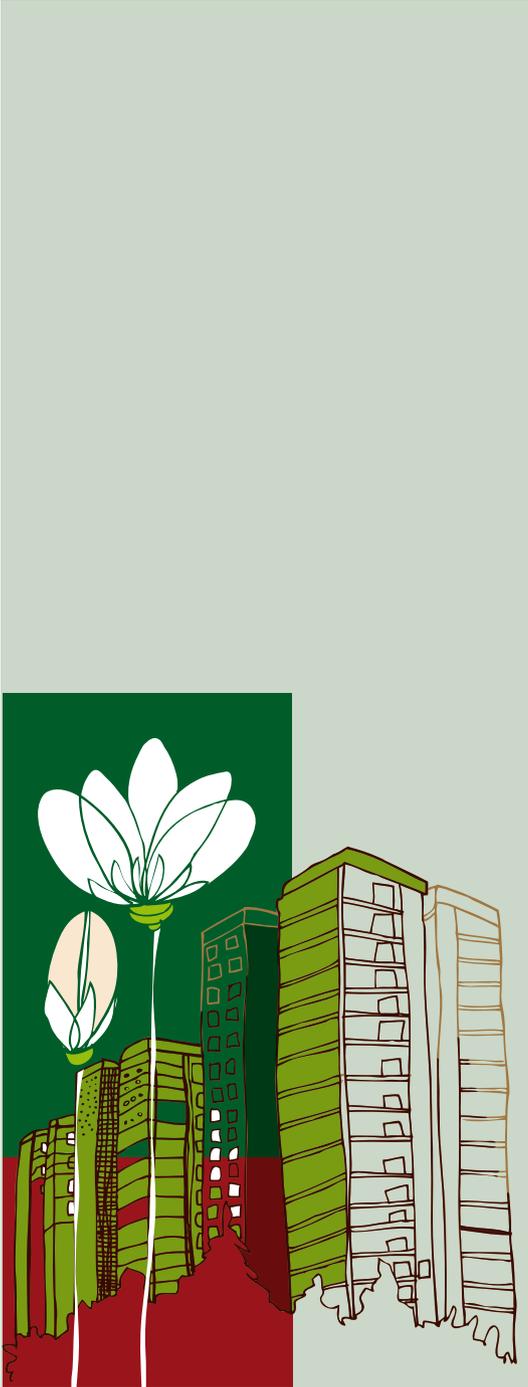
Vous pourriez aussi dépêcher une délégation auprès des décideurs politiques que vous cherchez à persuader. Dans certains cas, une délégation représentant plusieurs organisations à la fois peut s'avérer plus persuasive qu'une personne seule. Réfléchissez clairement à qui dira quoi, de même qu'aux points sur lesquels la délégation est autorisée à négocier et –ce qui est tout aussi important– les points sur lesquels elle n'est pas autorisée à négocier.

Vous devez faire preuve de beaucoup de professionnalisme à l'heure de traiter avec ces personnes. Présentez-vous à temps aux réunions et confirmez les réunions et les ordres du jour à l'avance. Il est également important de rester poli : Même si vous êtes fortement opposés à leurs opinions politiques, il est essentiel de maintenir une attitude calme et professionnelle, de manière à toujours garder vos possibilités de négociation ouvertes. Si le fait d'aliéner les autres peut s'avérer utile dans certaines circonstances, un tel choix doit découler d'une décision délibérée et très stratégique.

Il est très difficile d'ignorer un rapport factuel, diffusé publiquement et basé sur des informations détaillées.

## CAMPAGNES MÉDIATIQUES

Les médias constituent un moyen efficace de faire entendre votre voix et d'atteindre les citoyens et les membres. De nombreux facteurs doivent être pris en considération à l'heure de mener une campagne dans les médias. En tout premier lieu, vous devez réfléchir à l'objectif et aux groupes cibles de votre campagne. Ensuite, vous devez établir une cartographie des médias dans votre pays (et parfois aussi des médias internationaux) pour déterminer quelles sont vos options. Différentes approches sont possibles en fonction des différents médias. Mettons, par exemple, que vous ayez devant vous un rapport contenant différentes statistiques concernant différentes régions d'un pays : Quels sont les médias susceptibles d'être intéressés par cette information ? Du moment que vous réussissez à rendre l'information publique et facilement assimilable, même un journal du soir qui passe en revue les conditions dans les différentes régions ou municipalités du pays pourrait être une bonne option. Eventuellement une approche du type : « Combien d'argent votre municipalité risque de perdre à cause des nouvelles réglementations. »



En organisant un rassemblement devant un bâtiment stratégique sur le plan politique, il y a des chances que les chaînes de télévision en diffusent des images.

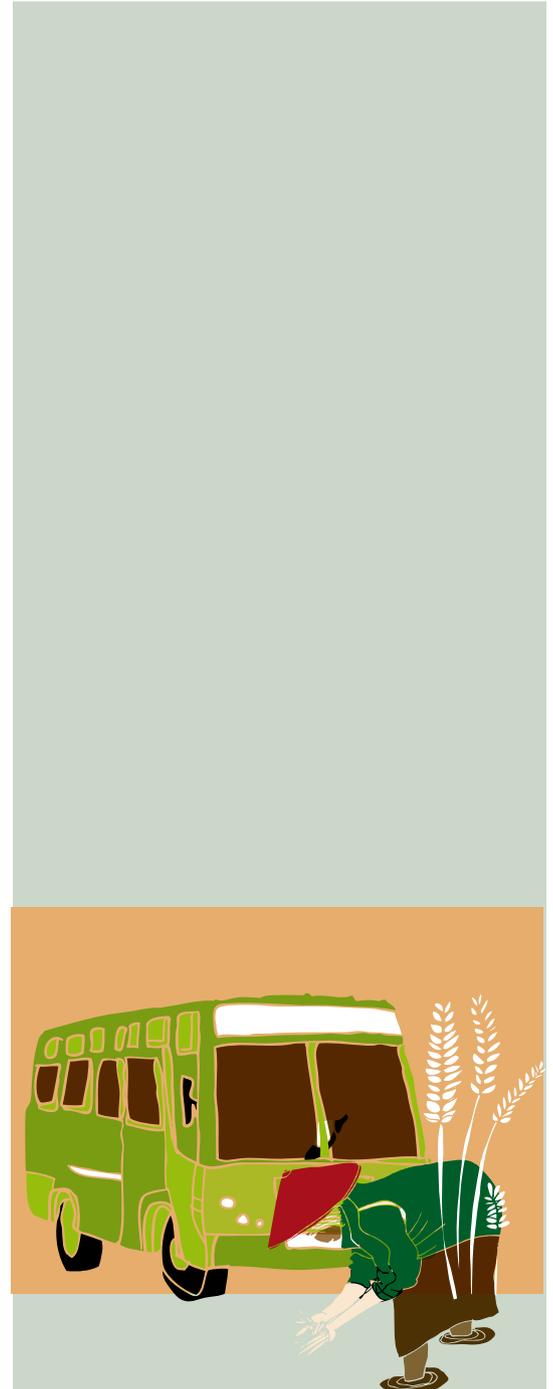
Si vous avez un sujet complexe mais intéressant à aborder, un long débat à la radio pourrait s'avérer efficace ?

Le plus important lorsque vous tentez de recourir aux médias est de veiller à ce que l'information diffusée soit attrayante du fait de sa nouveauté. Il faut du nouveau pour rendre la chose intéressante –par exemple, une statistique, une proposition ou une opinion– pour autant que la nouveauté soit réellement une nouveauté.

Plus votre nouvelle sera locale et représentative, mieux votre message passera dans les médias. Ce que les médias cherchent, ce sont des nouvelles qui concernent un grand nombre de personnes, qui ont un impact fort et sont faciles à expliquer.

Inviter des célébrités ou des dirigeants locaux à prendre la parole dans les médias est également une approche efficace. Veillez à vous en tenir à la vérité. L'honnêteté et la sincérité vous vaudront la confiance des autres. Si vous êtes interviewé, tâchez de ne pas trop compliquer vos explications. Une bonne façon de vous y préparer est de rédiger une liste de questions et de réponses. Indiquez-y les questions que les journalistes sont susceptibles de vous poser (y compris, surtout, les questions les plus difficiles et celles auxquelles vous ne donnerez pas nécessairement une réponse directe.) Ensuite, écrivez les réponses à ces questions et tentez de les mémoriser, afin de pouvoir répondre aussitôt qu'une question est posée. La fiche de questions/réponses devra répondre aux questions suivantes : qui, quand, quoi, où et pourquoi ?

Si un événement important est sur le point de se produire, il pourrait être utile de diffuser un communiqué de presse ou d'organiser une conférence de presse. Toutefois, pour qu'une conférence de presse porte ses fruits ou remplisse les critères nécessaires pour être reconnue en tant que telle, il est impératif qu'elle porte sur un événement vraiment important ou sur une personnalité connue. A force d'organiser trop de conférences de presse, trop souvent, concernant des questions



insignifiantes, la presse finit par se désintéresser de votre organisation et de votre agenda. Il en va de même pour les communiqués de presse. N'envoyez un communiqué de presse que lorsque vous avez vraiment quelque chose de nouveau à dire – la diffusion intempestive de communiqués de presse peut faire que les médias finissent par ignorer vos courriers. Comme pour la fiche questions/réponses, les communiqués et conférences de presse doivent aussi répondre aux questions : qui, quand, quoi, où et pourquoi ?

Un communiqué de presse doit être bref et accrocheur (dans l'idéal, pas plus d'une page). Les faits les plus importants doivent figurer au début. Il peut également être utile d'y inclure l'une ou l'autre déclaration de personnalités importantes. Il est également extrêmement important d'inclure des coordonnées de contact pour permettre aux personnes intéressées de vous contacter.

Un témoignage ou un récit concernant une personne réelle a plus de chances d'être repris par les médias. Ne vous contentez pas simplement de parler des difficultés dans une usine produisant un certain type de marchandise ; tâchez de recueillir le témoignage vécu d'un/une employé(e) de l'usine (même anonyme) – un tel témoignage est bien plus intéressant aux yeux de la presse.

De bonnes photos augmentent aussi vos chances de publication dans les médias.

Lorsque vous êtes interviewé, parlez d'un ton assuré et passionné. Tenez-vous-en aux réponses figurant dans votre fiche questions/réponses. N'oubliez pas d'être aimable et souriant. Si vous avez le trac, vous pouvez toujours demander à voir les questions avant l'interview. Et si l'interview ne se déroule pas « en direct » et vous ne savez pas quoi répondre, dites simplement « Pourrions-nous revenir à cette question plus tard ? » Pensez à votre réponse, consultez les autres mais n'oubliez pas de donner une réponse. Vous devez supposer que tout ce que vous dites est « rapporté » et pourra donc être cité, à moins que vous n'ayez affaire à un journaliste de confiance qui accepte de s'entretenir avec vous « en privé. »



# Trois sortes différentes d'action :

## Les mobilisations, les activités thématiques et les activités électroniques

Dans certains pays et régions, la mobilisation est le meilleur outil pour exprimer le soutien et la force pour les syndicats. Ailleurs dans le monde, les membres de syndicats sont plus réticents à afficher leur soutien à travers des mobilisations de masse. Vous pourriez, par exemple, considérer les idées reprises ci-après comme un menu d'actions possibles que vous pouvez combiner de la manière qui convient le mieux à vous-même, à votre organisation et à votre pays. Il est également possible de mener différentes activités en parallèle et de maximiser, par-là, vos chances d'atteindre le plus grand nombre possible de gens. Toutefois, le moment est venu de revenir aux questions auxquelles vous avez répondu plus haut. Qui sont les personnes que vous ciblez et où allez-vous les trouver ?

Mettons que vous vouliez amender une loi dans votre contexte national. Vous avez décidé que votre groupe cible sont les membres du gouvernement et le ministère en charge. Quelle est la portée et l'ampleur de l'amendement envisagé ? Sa portée est-elle suffisamment conséquente pour vous permettre de mobiliser des milliers de personnes dans le cadre d'une manifestation ? L'amendement envisagé est-il suffisamment important que pour justifier d'autres mesures ? Dans ce cas, le résultat recherché est, de toute évidence, de pousser les politiciens à agir. Mais les politiciens sont-ils au courant de la solution que vous proposez ? Peut-être serait-il préférable de commencer par des activités thématiques comme, par exemple, des séminaires, la publication d'articles de débat et d'éditoriaux dans les journaux et médias de grande diffusion, une pétition sur Internet ? Pourquoi ne pas inviter le ministre en charge du département que vous tentez de cibler à une table ronde publique ? Vos contacts informels vous permettraient-ils de solliciter un entretien directement ? Ou simplement le soutien du ministère – une conférence de presse conjointe pourrait être utile à cette fin.



Le plus important, à ce stade, est de s'arrêter un instant pour réfléchir à la stratégie mentionnée ci-dessus et voir comment vous pouvez tirer le meilleur parti des instruments et idées repris ci-dessous (il en existe beaucoup, beaucoup plus – en voici seulement quelques exemples). Dans la majorité des pays, vous aurez plus de probabilité d'atteindre les jeunes via Internet. Aussi, conviendrait-il éventuellement de déployer davantage d'efforts et de ressources aux nouvelles applications médias et aux sites Web qu'aux médias traditionnels. Il faut cependant aussi tenir compte des différences culturelles et, dans ce sens, vous êtes les mieux placés pour identifier vos propres groupes cibles. Ne vous contentez pas de faire les choses par habitude ; prenez le temps de réfléchir à la meilleure manière de procéder. Il se peut que vous arriviez à la même conclusion – mais pas forcément. Plus vous saurez et moins vous agirez par instinct, plus vous aurez de chances d'atteindre votre objectif.

D'autre part, il sera important de veiller à la participation active de votre département chargé de la communication ou des réseaux de communication tout au long des travaux préparatoires en prévision de la prochaine JMTD. Ils ont l'expérience requise pour travailler dans le contexte de votre pays et peuvent constituer une source particulièrement riche d'idées et de connaissances en matière de communications et de campagnes.

# 1. Mobilisation



## MANIFESTATIONS

Les manifestations, pourvu qu'elles soient organisées adéquatement, constituent un excellent outil syndical. Descendez dans la rue pour réclamer « un travail décent, une vie décente pour tous »!

- Organisez une « marche pour le travail décent » qui prenne fin devant un bâtiment stratégique sur le plan politique.
- Utilisez des bannières, des drapeaux et autre matériel à des endroits symboliques ou stratégiques, des écoles, des universités, etc. Les bannières peuvent comporter des slogans, des signatures, des empreintes de main ou des dessins.
- Invitez des membres de votre section syndicale à participer à un rassemblement en faveur du travail décent.
- Installez un stand d'informations sur le travail décent dans la principale rue commerciale de votre ville ou à d'autres endroits passants.

*Exemples provenant de la JMTD 2008 :*

*Des manifestations de très grande envergure ont été organisées dans nombre de pays à l'occasion de la Journée mondiale du 7 octobre 2008. En Russie, 350.000 personnes sont descendues dans les rues. Le 7 octobre 2008, en Espagne, environ 100.000 personnes ont manifesté dans la rue et ont réussi, à travers leurs efforts, à rallier environ un million de travailleuses et travailleurs autour de la campagne. En Corée du Sud également, environ 100.000 travailleurs et travailleuses sont descendus dans les rues. En France, la JMTD a mobilisé 150.000 participants. Des défilés couronnés de succès ont également eu lieu en Roumanie (7000 participants) et en République tchèque (3000).*

*Le 9 octobre 2008, à Tokyo, environ 1.500 personnes ont pris part au « Rassemblement central pour la Journée mondiale pour le travail décent », qui revendiquait un travail décent pour tous.*

*Plusieurs mobilisations de masse ont également été organisées en Argentine et au Brésil.*





## GRÈVES ET DÉBRAYAGES DE SOLIDARITÉ

Les grèves figurent, il va sans dire, parmi les outils naturels des syndicats. Cependant, les règles auxquelles est soumis le droit de grève varient d'un pays à un autre. Le recours aux grèves ou aux débrayages en tant qu'instruments de campagne comporte certains risques. De telles actions peuvent néanmoins s'avérer utiles, pourvu que les conditions s'y prêtent.

*Exemples provenant de la JMTD 2008 :*

*Les affiliées des pays suivants ont eu recours à des grèves ou autres actions de débrayage dans le cadre de la JMTD 2008 : Colombie, Pérou, Martinique, Malte, France.*



## ÉVÉNEMENTS SPORTIFS ET CULTURELS

Vous pouvez vous servir des événements sportifs et culturels pour conscientiser l'opinion et promouvoir l'agenda du travail décent en atteignant des catégories nombreuses et variées de personnes. Quelques exemples : Concerts, festivals de musique, marathons, challenges sportifs ou championnats, pièces de théâtre, manifs à vélo et en patins, etc..

*Exemples provenant de la JMTD 2008 :*

*De nombreuses affiliées ont profité de la JMTD du 7 octobre 2008 pour organiser des événements culturels et ainsi diffuser leur action à un public plus nombreux et varié. En Europe, un concert organisé à Paris avec le concours des syndicats français et de la CES a suscité beaucoup d'intérêt. Une palette très variée d'artistes y ont participé et des discours ont été prononcés par des personnalités importantes. Parmi les artistes les plus célèbres au rendez-vous figurait Manu Dibango, du Cameroun. Un concert de solidarité a également été organisé par les syndicats en Indonésie.*

*Pendant ce temps, au Fidji, c'est par une cérémonie de dégustation de gâteaux sur la plage que le coup d'envoi de la JMTD a été donné. Il ne faut pas plus pour créer un événement intéressant.*

*Le Réseau des jeunes de l'ISP en Asie/Pacifique a organisé un concours de photo et de dissertation sur le thème « Un travail décent pour les jeunes. »*

*Aux Philippines a eu lieu une présentation culturelle sur le thème « Habitat pour un travail décent. » Une structure pliable de petite taille modelée sur une simple maison préfabriquée en bois a été érigée pour l'occasion. Sur ses quatre pilotis étaient inscrits les « quatre piliers du travail décent. »*





*Un autre monument a été inauguré le 7 octobre 2008, cette fois à Maurice. Ce monument s'érige en symbole de la classe ouvrière et incarne à la fois le travail décent et la lutte menée par les travailleurs pour y arriver.*

*Aux Pays-Bas, 16.000 gants en caoutchouc jaunes ont été signés en guise de pétition par les citoyens néerlandais et exhibés aux quatre coins de la ville de La Haye pour marquer la conclusion de la campagne « Travail domestique, travail décent. » Cette campagne qui a débuté en 2007 visait à sensibiliser l'opinion concernant la situation de la main-d'œuvre migrante, et plus particulièrement celle en provenance du Sri Lanka. Toujours aux Pays-Bas, la date du 7 octobre a été choisie pour marquer le lancement d'un programme syndical national de promotion du travail décent.*



*Au Canada, les jeunes se sont mobilisés pour vendre des petits gâteaux dans les campus universitaires. Cette action avait pour objet d'attirer l'attention sur l'écart salarial entre hommes et femmes. Les petits gâteaux ont été vendus au prix de 1,5 dollars canadiens aux hommes et de 1 dollar aux femmes.*



## PÉTITIONS

Les pétitions constituent un excellent outil de campagne si vous disposez d'un grand nombre de collaborateurs/collaboratrices à la base. Là encore, une attention toute particulière doit être accordée au groupe cible. Ciblez-vous des institutions et des politiciens ou ciblez-vous vos propres membres et collaborateurs dans des contextes différents ? Le contenu et le langage doivent être adaptés en conséquence. Aussi, tâchez de déterminer le nombre de signatures nécessaires et ce que vous en ferez. Êtes-vous en mesure de collecter suffisamment de signatures pour en faire une action forte et efficace ? Dans le cas contraire, votre action pourrait se convertir en un échec au lieu d'une victoire. Mettons que vous vouliez collecter des millions de signatures pour ensuite les présenter à une institution ou à un responsable politique – imprimerez-vous les pétitions vous-même ou les ferez-vous collecter sur papier d'entrée de jeu. Comment acheminerez-vous les signatures jusqu'à l'endroit où elles doivent être présentées ? S'il s'agit d'un autre pays, l'opération pourrait s'avérer coûteuse. Qui recevra les signatures ? Soyez clairs sur ce point dès le début, pour que les personnes qui signent en soient dûment informées. Veillez également à fixer une date limite pour la collecte des signatures.

Si vous n'êtes pas sûrs de ce qui précède, il y a toujours un grand nombre de pétitions internationales auxquelles vous raccrocher. Les pétitions sont un bon moyen d'aller à la rencontre des gens dans la rue et d'avoir une chance de vous entretenir avec vos concitoyens concernant des sujets qui intéressent votre organisation. Vous pouvez toujours demander à la CSI si elle a ou si elle est au courant de l'une ou l'autre pétition en cours (un nombre colossal de pétitions pour la paix et la non-prolifération des armes nucléaires seront organisées courant 2009 et début 2010). Nous vous invitons aussi à consulter :

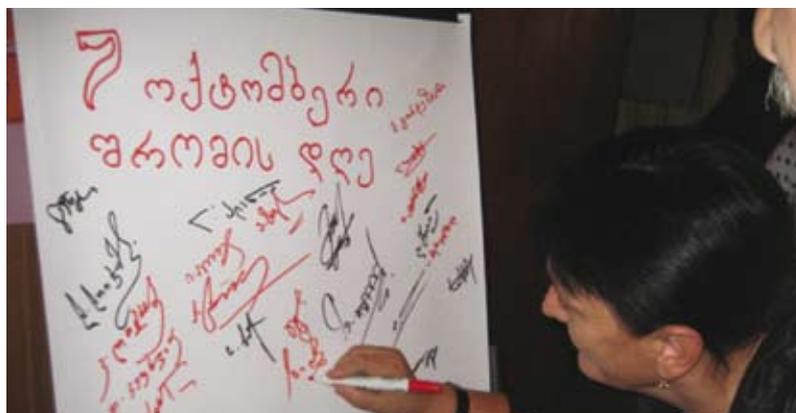
- Avaaz (organisation spécialisée dans les pétitions en ligne) [www.avaaz.org](http://www.avaaz.org). (« Avaaz » signifie « Voix » dans diverses langues d'Asie du Sud, du Moyen-Orient et d'Europe Orientale.) Avaaz.org est un nouveau mouvement Web international investi d'une mission démocratique simple : Réduire l'écart entre la réalité que nous vivons et la réalité que la plupart des gens de par le monde souhaiteraient vivre. La page Web du mouvement Avaaz existe en plusieurs langues.



• Labourstart [www.labourstart.org](http://www.labourstart.org) est un service d'informations en ligne géré par un réseau international de volontaires, qui offre des services de collecte et de dissémination d'informations au mouvement syndical international – et assiste les syndicats dans le cadre de leurs campagnes, notamment. Parmi ses points forts figurent des liens permettant d'accéder à des informations syndicales quotidiennes en plus de 20 langues et un service de diffusion d'informations simultanée exploité par plus de 700 sites Web syndicaux. Les informations sont recueillies auprès de sources ordinaires, syndicales et alternatives, par un réseau de plus de 500 correspondants volontaires basés aux quatre coins du monde.

*Exemples tirés de la JMTD 2008 :*

*Pour la première JMTD en 2008, la coalition de la campagne « Un travail décent pour une vie décente » (CSI, CES, Forum Progressiste Mondial, Solidar et World Solidarity) ont pris des dispositions pour faire signer leur Appel à l'action pour un travail décent, une vie décente par Margot Wallström, alors vice-présidente de la Commission européenne. L'Appel à l'action de la Journée mondiale a également été signé par José Manuel Barroso, président de la Commission européenne. L'événement a suscité énormément d'intérêt pour l'agenda du travail décent auprès de la presse. Faire signer ce genre de pétitions par des personnalités connues est toujours un bon moyen de faire apparaître le sujet dans les médias.*



## ACTIVITÉS CENTRÉES SUR LE LIEU DE TRAVAIL

Aller à la rencontre des membres là où ils se trouvent –c'est-à-dire au travail- relève évidemment d'un choix naturel pour les syndicats. Si les membres ou une partie des membres font partie de vos groupes cibles, vous devriez réfléchir aux meilleures approches pour aller à leur rencontre sur les lieux de travail. Et si l'organisation est le thème de la campagne, le lieu de travail est évidemment votre meilleur point de départ. Les lois de votre pays s'appliquent également aux activités liées au lieu de travail et déterminent donc si vous avez le droit de mener de telles activités ou si vous devez faire en sorte de rencontrer ces personnes ailleurs qu'au travail. Réfléchissez aussi au moment de la journée et à un endroit particulier de l'usine ou autre lieu de travail où les travailleurs sont susceptibles d'interrompre ce qu'ils font pour vous écouter. N'oubliez pas de faire preuve d'ouverture d'esprit ; ne vous contentez pas d'énoncer aux membres ou membres prospectifs ce que vous pouvez leur apporter, demandez leur aussi ce qu'ils attendent de vous. Ceci est une occasion en or d'apprendre ce que vous pouvez faire pour vos membres.

*Exemples provenant de la JMTD 2008 :*

*Le 7 octobre 2008, en Belgique, a été lancée la campagne « Les travailleurs ne sont pas des outils. » Cette campagne a mobilisé 25.000 volontaires au sein de plus de 400 groupements locaux en vue de l'organisation d'activités au sein des communautés locales sur le thème du «travail décent. » La campagne avait pour action phare « Le déjeuner travail décent » : Un moment symbolique de solidarité durant la pause de midi pour attirer l'attention sur le droit à un travail décent. L'idée de base était d'organiser un « déjeuner travail décent » où l'attention serait attirée au moyen de sets de table, de dépliants, de posters et de badges spécialement conçus pour l'occasion, arborant le slogan « Les travailleurs ne sont pas des outils. »*

*Diverses assemblées des travailleurs ont été organisées au sein d'entreprises de différents secteurs au Bangladesh pour marquer la JMTD 2008 : Des assemblées de ce type ont été organisées dans les secteurs de la construction, du transport routier, de la métallurgie, des vêtements et de la pêche, entre autres.*

*Au Sri Lanka, l'activité organisée dans le cadre de la Journée mondiale pour le travail décent 2008 se rapportait plus spécifiquement aux jeunes travailleurs et travailleuses des ZFE. A un moment où les jeunes travailleurs sri lankais ont tendance à éviter les syndicats, l'enthousiasme des jeunes travailleuses et travailleurs des ZFE qui ont assisté à cet événement a été remarquable et a démontré une réelle volonté chez ces travailleurs de relever les défis qui se présenteraient sur leur chemin. Un événement haut en couleur et animé, qui a inclus plusieurs mini-pièces de théâtre, ainsi que des sessions d'information interactives.*

*Une série d'assemblées ont été organisées au niveau des entreprises en Australie. Celles-ci avaient pour objet de faire le point sur la réforme de la législation australienne et la signature de la « Charte du travail décent », qui prévoyait des activités échelonnées au fil d'une campagne de trois ans, visant à remplacer le gouvernement national et à restaurer les droits au travail.*

## 2. Activités thématiques

### SÉMINAIRES ET DÉBATS

Si vous préparez déjà actuellement une série de séminaires et/ou débats, vous pouvez y inclure le thème du travail décent. Les séminaires ou débats sont une excellente manière d'encourager une discussion ouverte et franche. Essayez d'inviter des représentants d'employeurs et de partis politiques à créer un débat/dialogue/séminaire/atelier social tripartite. Si vous êtes étudiant, vous pouvez engager des débats dans votre école ou université en vue de sensibiliser d'autres étudiants à la question.

Vous devez réfléchir à pourquoi vous organisez le séminaire – est-ce pour informer les gens au sujet de quelque chose qu'ils ne savent pas encore ? Est-ce pour lancer un débat sur le sujet abordé ? Est-ce simplement pour informer les gens que vous travaillez sur le sujet ? Est-ce pour amener des personnes de différentes tendances à dialoguer entre elles ? Vous devriez planifier votre séminaire en fonction de votre réponse aux questions ci-dessus. Suivez la même démarche lorsque vous invitez des personnes à prendre part aux activités.

*Exemples provenant de la JMTD 2008 :*

*Durant la JMTD de 2008, des séminaires ou tables rondes sur le thème du travail décent ont été organisés dans pratiquement tous les pays. Veuillez trouver, ci-dessous, quelques exemples d'activités :*

*Aux Seychelles, un séminaire tripartite a été organisé par Federated Unions, avec le concours du ministère de l'Emploi et des Ressources humaines et de la Fédération de l'association des employeurs.*

*En Algérie, un séminaire national sur le thème du travail décent a été organisé avec le concours du ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité sociale et du Bureau national de l'OIT.*





*Un séminaire consacré au travail décent a été organisé en Norvège, le 5 septembre. L'événement avait pour objet d'examiner les complexités liées à la mondialisation du marché du travail et de contribuer au débat international sur la nécessité d'un soutien cohérent en faveur de l'Agenda du travail décent de l'OIT, et ce, en vue de l'amélioration de la gouvernance économique et de la promotion du plein emploi et de conditions de travail décentes de par le monde. Parmi les conférenciers présents figuraient notamment Juan Somavia, directeur général de l'Organisation internationale du travail ; Pascal Lamy, directeur général de l'Organisation internationale du commerce ; Mary Robinson, présidente de l'organisation Realizing Rights : Ethical Globalization Initiative, Jonas Gahr Støre, ministre des Affaires étrangères de la Norvège ; Richard Samans, directeur exécutif du Forum économique mondial et Lakshmi Bhatia, directrice, partenariats globaux, responsabilité sociale, Gap Inc..*



Foto: Sissel Rasmussen

## MATÉRIELS IMPRIMÉS : RAPPORTS, BROCHURES, DÉPLIANTS

Les imprimés sont un moyen efficace de communiquer votre message à la population. Les différents types d'imprimés offrent différents avantages. Les publications sont utiles pour expliquer des concepts plus complexes tout en communiquant un message. Vous pouvez vous aider de votre liste de vérification en tant que référence pour l'inclusion d'une enquête à votre rapport.

### RAPPORTS

Pour garantir la pertinence de votre rapport, vous devrez veiller à ce que celui-ci soit correctement préparé. En particulier, vous devrez vous assurer que toutes les données qui y figurent sont correctes et que vos sources sont fiables. S'il n'est pas possible d'avérer ces informations au niveau de votre propre organisation, vous pourriez essayer de faire appel à un institut ou à une université qui s'intéresse à la question. Le fait de pouvoir consulter des chercheurs universitaires contribuera à l'impact de votre rapport. Cependant, n'oubliez pas qu'il n'est pas toujours possible d'anticiper les résultats d'une étude. Qu'advierait-il si les conclusions du rapport ne vous étaient pas favorables ? Comment géreriez-vous la situation ?

Une fois que vous tenez le rapport entre les mains, il pourrait être utile de bénéficier d'une couverture médiatique. Imaginez à quel point vous pourriez en maximiser l'effet. Pourriez-vous établir un lien avec d'autres événements, tels que des séminaires ou des conférences, éventuellement au sein du gouvernement, afin de maximiser l'intérêt suscité par votre rapport ? Il est souvent extrêmement important de choisir le bon moment pour le lancement d'un rapport. Nos pensées pourraient être comparées à des milliers, voire des millions de couches très fines d'informations et nous sommes plus susceptibles de réagir aux données qui se trouvent dans la couche supérieure – quelque chose qu'on vient de lire ou qu'on voit autour de nous au quotidien, quelque chose dont on vient de discuter l'autre jour. Vous aurez d'autant plus de chances de réussir si vous parvenez à établir un lien entre l'information contenue dans votre rapport et les principales préoccupations des gens.

### BROCHURES ET DÉPLIANTS

Les imprimés constituent un bon complément aux autres matériels





de campagne –essentiellement parce que pour beaucoup de gens, le fait de voir quelque chose par écrit le rend plus réel à leurs yeux. Le fait de rédiger vos textes et d'essayer de les expliquer en des termes simples à votre public peut, en même temps, vous permettre de développer vos propres idées par rapport à la campagne. Ici aussi, il est important de réfléchir à ce que vous espérez obtenir du matériel et aux personnes qui d'après vous le liront ; ensuite, tâchez de répondre aux questions que ces personnes sont susceptibles de vous poser. N'ayez pas peur de simplifier les choses. Si les gens désirent plus d'informations, vous pouvez toujours les guider vers d'autres sources d'informations.

En règle générale, les brochures portent sur des questions qui requièrent un peu plus d'explications et incluent des photos et/ou des adresses utiles. Si vous vous postez au coin d'une rue et voulez que les gens sachent pourquoi vous êtes là, votre message doit être le plus bref et le plus clair possible. Un titre court et facile à retenir, suivi d'une ou deux phrases – les gens ne liront pas davantage. Évitez de surcharger le message ou d'écrire un long texte. Aussi : N'oubliez pas de dire aux gens ce que vous attendez d'eux. Voulez-vous qu'ils signent quelque chose ? Qu'ils participent à quelque chose ? Ou cherchez-vous simplement les informer ?

## AUTRES MATÉRIELS DE CAMPAGNE

Les seules limites aux possibilités de créer des matériels de campagnes nouveaux et novateurs sont votre imagination et les moyens techniques à votre disposition. Des étendards et des messages affichés dans des espaces publics peuvent être extrêmement efficaces – surtout si vous arrivez à les placer dans des endroits inattendus. L'année dernière, nos affiliées en Argentine et en Allemagne ont réussi à placer des étendards géants sur des ponts. Ne sous-estimez pas l'effet de synergie qu'une continuité visuelle entre les différents matériels de campagne peut générer entre les différentes parties d'une campagne. Les matériels de campagne les plus inattendus sont généralement aussi les plus efficaces. Voici quelques idées dont vous pouvez vous inspirer (pour n'en citer que quelques-unes) :

- Imprimés, tel que mentionné plus haut



- Etendards – pour les manifestations, à placer sur des immeubles ou dans des espaces publics – partout où vous pouvez
- T-shirts, vestes, casquettes – tout ce que vous pouvez porter  
Ces supports sont particulièrement efficaces si vous vous trouvez dans une foule et tenez à vous faire remarquer



- N'hésitez pas à utiliser le logo de la CSI pour tous vos matériels imprimés dans le cadre de la JMTD – surtout en conjonction avec le logo JMTD. Les deux logos peuvent être téléchargés sur [www.wddw.org](http://www.wddw.org). Si vous ne trouvez pas le logo dans votre langue, veuillez envoyer un courriel à [campaigning@ituc-csi.org](mailto:campaigning@ituc-csi.org) avec la traduction que vous souhaiteriez voir inclure dans le logo.

- Les cadeaux – les cadeaux publicitaires sont un bon moyen de diffuser un message, dès lors que les personnes qui les reçoivent les ramènent généralement à la maison et s'en servent plusieurs fois. Les meilleurs cadeaux sont ceux dont la fonction a un rapport évident avec le message. Evitez des objets qui risqueraient d'entrer en contradiction avec votre message. Par exemple, si vous parlez du travail décent et organisez une grande campagne sur ce thème, pensez aux conditions de travail des travailleuses et travailleurs employés dans la fabrication des supports utilisés dans votre campagne. A la fin d'un grand séminaire sur le travail décent, vous pourriez distribuer des produits « union made » ou Commerce Equitable ; c'est là une bonne façon de montrer que vous restez fidèle au thème de la campagne.



- Les posters sont aussi un bon moyen de diffuser le message de votre campagne d'une manière accrocheuse. Attention, toutefois : Assurez-vous que les images dont vous vous servez parlent à l'imagination du groupe cible et que votre message n'est pas en contradiction avec les photos ou les images. Le recours à l'ironie dans un matériel public peut être intéressant – à condition de bien connaître votre groupe cible – mais est toujours plus risqué que de transmettre un message clair. Evitez de surcharger vos posters d'informations. Réfléchissez à quel sera le premier élément du poster à capter l'attention des passants et ensuite, assurez-vous que rien d'autre ne vienne distraire l'attention. Exemple : L'œil humain est conditionné de façon à remarquer la couleur rouge en premier lieu. En partant de ce principe, où allez

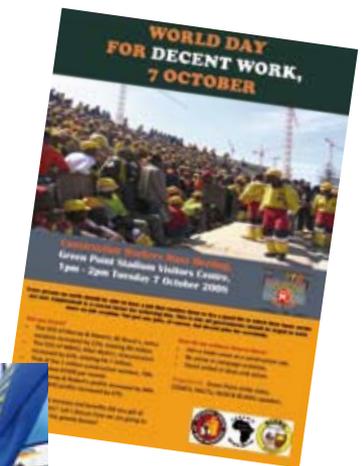
vous placer les éléments en rouge, pour peu que vous vous serviez de cette couleur ? Dans les gros titres, bien évidemment. Sachez aussi que dans le subconscient humain, la combinaison noir/jaune signale généralement le danger, alors que la combinaison vert/bleu transmet généralement un sentiment de calme.

- Si vous organisez une réunion ou une manifestation ou si vous essayez simplement de vous adresser aux gens dans la rue – pouvez-vous leur offrir quelque chose à manger ? Des bonbons au papier imprimé de votre logo ? Des gâteaux portant le message de votre campagne ? Autres supports portant le message de votre campagne ? Si vous parlez de l'environnement de travail, peut-être pourriez-vous faire le lien avec l'importance des pauses café au travail et inviter les participants à prendre le thé ou le café ? Laissez libre cours à votre créativité !

- Il est aussi très important que vos matériels de campagne soient « inclusifs. » Pensez aux personnes souffrant de handicaps physiques et faites en sorte que vos matériels les interpellent. Si une partie de votre public ne sait pas lire, songez à recourir à la radio et à la télévision, en particulier. Pensez aussi à la diversité de votre public – femmes, hommes, personnes issues de différents milieux socioculturels etc., et assurez-vous que vos matériels répondent à leurs attentes.

## PROMOUVOIR LE TRAVAIL DÉCENT POUR LES AUTRES

Il est également important de penser au travail décent dans les autres pays, plus particulièrement dans les pays ou régions où les droits des travailleurs sont réprimés. De nombreux syndicats mènent des projets de coopération et de solidarité en collaboration avec des collègues d'autres pays. La JMTD pourrait être une excellente manière de faire connaître ces projets. Vous pourriez éventuellement inviter des personnes de ce pays à venir à la rencontre des médias et des syndicalistes de votre pays pour parler du travail qu'elles mènent et des épreuves qu'elles affrontent. Vous pourriez aussi établir une liaison électronique en direct avec l'autre organisation à l'occasion de la Journée du 7 octobre. Les possibilités sont innombrables.



*Exemple provenant de la JMTD 2008 :*

*Un programme conjoint a été organisé entre la centrale sud-africaine COSATU et les fédérations syndicales du Swaziland, à l'occasion de la JMTD 2008. La COSATU a organisé une liaison directe via Internet avec la société civile et les médias sud-africains à Johannesburg concernant le prochain événement régional qui serait organisé, pour la toute première fois, au Swaziland.*

# World Day for Decent Work marked

Story: Sebastian Syme

**O**RGANISED labour in Ghana joined its counterparts in other parts of the world last Tuesday to celebrate World Day for Decent Work.

The day provided the opportunity for trade unions and organisations interested in decent work the world over to join a broad global mobilisation of people to champion the decent work agenda.

A joint statement by the Trades Union Congress (TUC) and the Ghana Federation of Labour (GFL) to observe the day issued at the 87th International Labour Conference in June 1999, the International Labour Organisation (ILO) launched its decent work agenda with the objective of operationalising decent work at the country level where development relied on tripartite dialogue.

It said the programme had been operational in a number of countries, including Ghana, Bangladesh, Denmark and Morocco, with a three to four-year time horizon.

The statement captured decent work in four strategic objectives, which were to achieve fundamental principles and rights at work and international labour standards; to promote employment and income opportunities for both men and women; to aid in extending social protection and social security and the promotion of social dialogue.

These objectives hold for all workers — women and men — in both the formal and informal economies, in wage employment or working on their own account in the fields, factories, offices and in the communities," it added.

The day was celebrated on the themes — "Rights at Work", "Solidarity" and "Ending Poverty and Inequality".

"Explaining the themes, the statement stated that Ghanaian workers had continued to con-



The Secretary-General of the TUC, Mr Kofi Asoomoh (right), having discussions with Mr Eben Aduo (left), Projects Co-ordinator of Ghana Federation of Labour, and Mr Edward Kwehah (middle), Deputy General Secretary of the General Agricultural Workers Union (GAWU) of the TUC.

tinued to resist various neo-liberalistic tactics to frustrate any moves to freely join trade unions of their choice.

On poverty reduction, it said poverty alleviation related to employment creation, social dialogue, the development of social protection systems and the fight against corruption, while equity could be realised through effective involvement of all in decision making, as well as a fair and balanced distribution of the fruits

of economic growth. While commending the government for creating the National Youth Employment Programme and other employment generating initiatives, it expressed concern over the appropriate conditions attached to such employment creation.

The statement called for collaboration among trade union movements outside Ghana to kick against the unfair processes of global-

isation and the free trade agreements that are being imposed on developing countries. It called for a more equitable and balanced distribution of the fruits of economic growth.

The statement called for collaboration among trade union movements outside Ghana to kick against the unfair processes of global-

**LE COURRIER**  
MÉDIAS & OCTOBRE 2008

**EN BREF**

**LES VERTS ONT LA BOUCOITE**

Les Verts ont obtenu 10,5% des voix lors des élections législatives de mardi 10 octobre. Ils ont obtenu 10,5% des voix lors des élections législatives de mardi 10 octobre. Ils ont obtenu 10,5% des voix lors des élections législatives de mardi 10 octobre.

**LE TROP-PÉQUÉ REDISTRIBUÉ**

Le TROP-PÉQUÉ a été redistribué à 10,5% des voix lors des élections législatives de mardi 10 octobre. Ils ont obtenu 10,5% des voix lors des élections législatives de mardi 10 octobre.

## La campagne pour le décent passe par les

**MOBILISATION • Au cours de la Journée mondiale p était invitée à manifester pour une transformation p**

La Commission provinciale d'actions sociales a organisé une manifestation pour la Journée mondiale pour le travail décent. Elle a eu lieu à la place des Nations Unies à Kinshasa. Les participants ont manifesté pour une transformation sociale et économique du pays. Ils ont également discuté des défis de la jeunesse et de l'emploi.



La secrétaire générale Catherine Gaillard, présidente du P.S., se rend à la manifestation.



**LA «MASON DU TERRORISME SORT DE TERRE**

Les services de sécurité ont découvert une «mason du terrorisme» dans le quartier de la capitale. Les autorités ont arrêté plusieurs personnes impliquées dans des activités terroristes. Elles ont également saisi des armes et des explosifs.

**Régalié quinze pas**

Le ministre de l'Éducation a annoncé que quinze écoles ont été désignées comme écoles modèles. Ces écoles ont été choisies pour leur excellence dans l'enseignement et leur respect des normes de qualité.

**Des alternat**

Le parti alternatif a annoncé qu'il a obtenu 10,5% des voix lors des élections législatives de mardi 10 octobre. Ce résultat est considéré comme une victoire importante pour le parti.

## Que faire des versets h RELIGION • Catherine Gaillard, lesbienne et rad Jacques-Simon Eggy sur la question de l'homos

Catherine Gaillard, présidente du P.S., a exprimé ses opinions sur la question de l'homosexualité. Elle a déclaré que le P.S. ne se prononcera pas sur ce sujet, mais qu'elle encourage le dialogue et le respect de la diversité.

Jacques-Simon Eggy, député, a également exprimé ses opinions sur la question de l'homosexualité. Il a déclaré que le P.S. doit rester neutre sur ce sujet et se concentrer sur les préoccupations des citoyens.



### 3. Activités électroniques

L'Internet et les nouvelles technologies constituent des formes rapides, faciles et abordables pour promouvoir vos actions et le travail décent mais également pour transmettre votre message à une plus grande audience. Il existe des centaines de manières de faire connaître votre message, les seules conditions étant d'être créatif et de toucher les personnes qui sont connectées.

Vu les différents niveaux de développement technologique d'un pays à un autre, d'une région à une autre et parfois même d'une ville à une autre, il revient à vous de déterminer la faisabilité d'un projet informatique. Dans une majorité de pays industrialisés, le recours aux technologies de l'information est de plus en plus intégré et constitue désormais un important outil de campagne. Voici quelques astuces dont vous pourriez vous servir ou vous inspirer dans le cadre de vos campagnes électroniques.

#### INTERNET

- Veillez à consulter les pages Web les plus importantes concernant les thématiques dont traite votre campagne. Quelques pages Web de choix consacrées au thème du travail décent :

[www.ituc-csi.org](http://www.ituc-csi.org)

[www.wddw.org](http://www.wddw.org)

[www.decentwork.org](http://www.decentwork.org)

[www.ilo.org](http://www.ilo.org)

- A partir de la JMTD 2009, nous vous offrons la possibilité d'intégrer à votre site Web le plan Google qui figure sur la page d'accueil du site Web de la JMTD ([www.wddw.org](http://www.wddw.org)). Par la suite, le plan Google qui figurera sur votre site Web s'actualisera automatiquement en fonction des mises à jour effectuées sur [www.wddw.org](http://www.wddw.org).

- Un flux RSS est également disponible sur [www.wddw.org](http://www.wddw.org) et [www.ituc-csi.org](http://www.ituc-csi.org). Nous vous invitons à intégrer ce flux à votre page d'accueil ou à vous en servir selon votre meilleure convenance. Un flux RSS est un outil qui permet de détecter les nouveautés d'un site Web et permet d'accéder à un flux d'informations via un lect-



eur de flux RSS ; il peut également être utilisé pour afficher un flux d'informations sur le site Web d'une autre personne ou organisation. Il vous permettrait, par exemple, d'afficher vos propres nouvelles combinées aux nouvelles provenant du site Web de la JMTD.

- Utilisez votre propre site Web comme une source d'information et de mises à jour concernant les mobilisations. Veillez à le mettre à jour fréquemment, pour que les gens qui le consultent sachent que l'information qui y figure est constamment renouvelée. Le site Web doit être mis à jour fréquemment, au risque de tomber en désuétude.
- Créez votre propre blog ! Mais souvenez-vous que l'entretien d'un blog requiert du temps et des efforts et assurez-vous donc avant tout que vous disposez des capacités nécessaires. L'Internet vous donne accès à une multitude d'outils pour le blogging. Nous vous recommandons [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com).
- Demandez au réseau/comité des jeunes de votre organisation de contribuer au blog Jeunes de la CSI : <http://youth.ituc-csi.org>

## CAMPAGNES ÉLECTRONIQUES

- Utiliser les réseaux sociaux pour toucher de nouvelles personnes, les faire participer à la campagne en faveur du travail décent et promouvoir vos actions: ajoutez et adhérez le plus grand nombre de personnes au « Groupe pour le travail décent » et/ou à la « Cause pour le travail décent » sur Facebook, organisez une manifestation virtuelle et distribuez des tee-shirts et des drapeaux virtuels sur Second Life, créez un groupe sur [takingitglobal.org](http://takingitglobal.org), créez un blogue... La popularité de ces sites différant d'un pays à l'autre, utilisez les plus populaires dans votre pays.
- Si vous disposez d'une caméra, enregistrez des vidéos de vos actions et/ou réalisez votre propre documentaire sur le travail décent et téléchargez les vers YouTube, Dailymotion ou Myspace. N'oubliez pas d'en informer la CSI afin que nous puissions les ajouter à notre canal CSI sur YouTube: <http://www.youtube.com/user/ITUCCSI>  
Si vous désirez intégrer vos vidéos en haute qualité sur votre propre site Web, nous vous conseillons de recourir au site Web Vimeo.



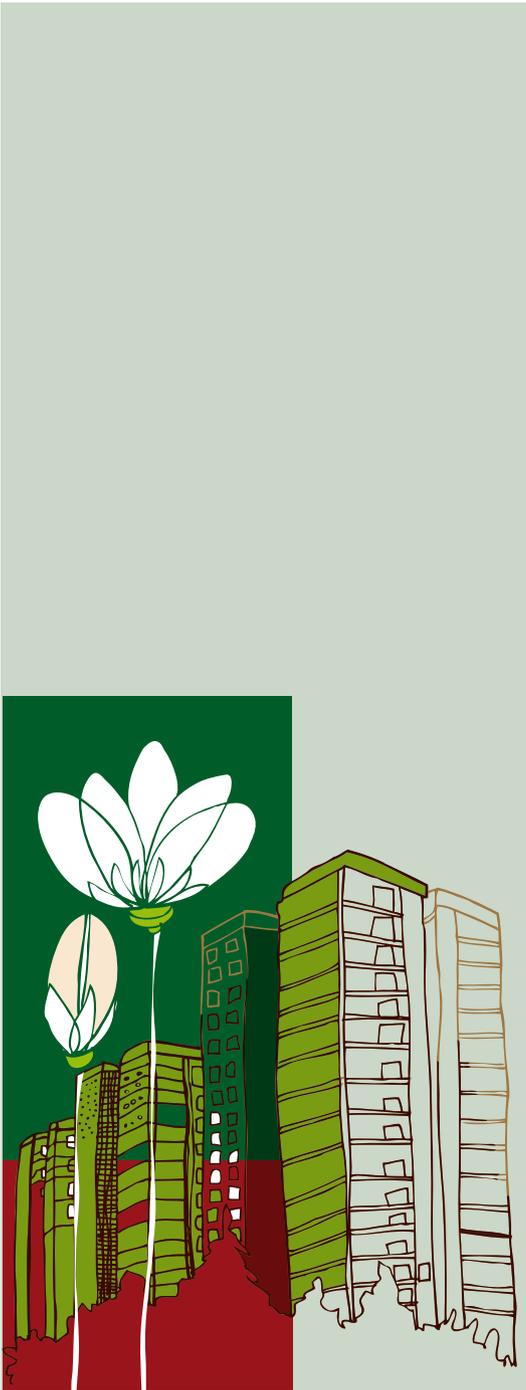
N'oubliez pas de consulter également le canal CSI sur Vimeo (surtout si vous voulez visionner nos vidéos en meilleure qualité) : <http://vimeo.com/ituc>

- Créez des logos électroniques et insérez les en guise de signature à vos courriels. Imprimez le logo de la JMTD au dos de votre carte de visite.
- Lorsque vous envoyez des messages électroniques, veillez à ce qu'ils soient clairs et simples et comportent des actions et tâches spécifiques que chacun puisse promouvoir.
- Utilisez des tableaux de messages et la messagerie instantanée pour informer et promouvoir un débat.
- Bien entendu, des annonces publicitaires payantes sur Internet peuvent attirer énormément d'attention pour votre site Web ou votre campagne, pour autant que vous disposiez du budget nécessaire à cette fin. Assurez-vous de bien coordonner vos choix avec le(s) groupe(s) cible(s). Quels sont les sites Web les plus visités par votre public ? Cet outil se révèle particulièrement utile si le message de votre campagne inclut une demande, comme par exemple : Signez une pétition pour Un travail décent, une vie décente ! ou Joignez-vous à notre mobilisation pour le travail décent ! ou encore Signez notre lettre adressée au Premier ministre où nous demandons (...), etc..

## TÉLÉPHONES PORTABLES

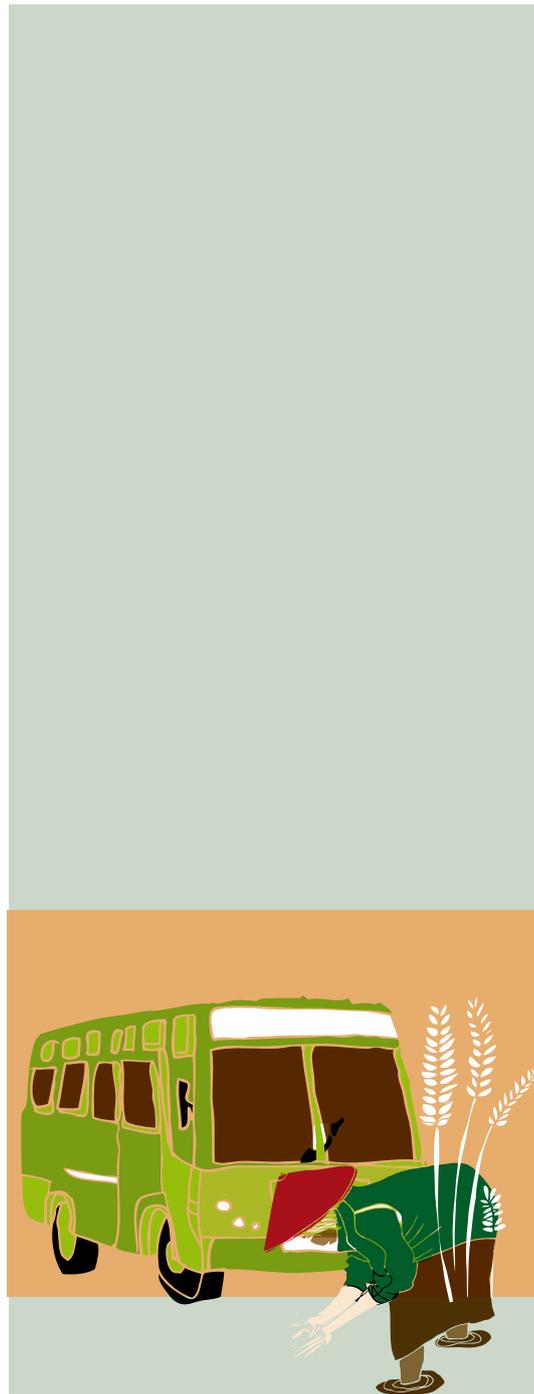
Dans les pays où l'accès à Internet reste difficile, les téléphones portables constituent souvent un outil de campagne plus efficace et surtout plus fiable. Ceci est aussi vrai pour les pays plus riches, où les gens se servent de leurs portables aussi souvent que d'Internet. Assurez-vous que votre site Web admet la fonction WAP et que les vidéos que vous téléchargez vers votre site (surtout les clips courts – de moins d'une minute) sont également disponibles dans un format adapté aux téléphones mobiles.

- Comment adapter votre campagne à la téléphonie mobile ? Demandez aux gens de diffuser un message via SMS. Envisagez un concours photos sur le thème du travail décent, où les photos doiv-



ent être envoyées par mms. Vous pourriez aussi demander aux gens d'envoyer des vidéos ou des clips audio sur un thème donné. Vous pourriez également créer un montage vidéo plus long à l'aide des différents clips qui vous sont envoyés ou sauver ces clips dans un espace de votre site spécialement dédié aux campagnes.

- Avez-vous pensé à créer un générique pour votre campagne ? Pourquoi ne pas diffuser ce générique sous forme d'une sonnerie-portable ? Vous pourriez aussi organiser un concours de sonneries pour téléphones portables.



# Information

Si vous ne nous tenez pas informés de vos projets, nous ne pouvons pas en informer le reste du monde. La meilleure façon de nous tenir au courant de vos projets est en fait de saisir vous-même les détails de votre action sur [www.wddw.org](http://www.wddw.org). Si vous ne disposez pas d'une connexion Internet fiable, nous pourrions éventuellement vous aider à saisir ces données. Prière d'envoyer un courriel à : [wddw@ituc-csi.org](mailto:wddw@ituc-csi.org)

Aussi grande ou aussi petite que soit l'action que vous planifiez – n'oubliez pas de nous en informer !

Et le plus important : Pour nous permettre de coordonner et de diffuser l'information mondiale en direct le 7 octobre, nous vous invitons à nous faire parvenir un rapport concis des actions et des lieux où elles se sont déroulées, de préférence avec des photos ou une vidéo, et ce, le plus rapidement possible après la conclusion de l'action, le 7 octobre.

## INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Pour plus d'informations, prière de vous rendre sur [www.wddw.org](http://www.wddw.org). Des renseignements complémentaires sont également fournis dans les lettres circulaires internes diffusées aux affiliées. Nous encourageons vivement toutes les organisations concernées à se rallier à notre lutte pour la cause du Travail Dément. Si vous désirez être inclus à notre liste de diffusion et recevoir des lettres d'information sur la JM TD, merci d'envoyer un courriel à : [wddw@ituc-csi.org](mailto:wddw@ituc-csi.org)







**JMTO**

JOURNÉE MONDIALE POUR LE TRAVAIL DÉCENT 07.10.09