Bilan de la vice-présidence du département de la mobilisation, vie syndicale et information

Bonjour tout le monde,

Tout d'abord, mon bilan sera d'un ton positif pour cette année. L'année a commencé avec le début de la négociation quelques mois avant la fin de notre convention collective. Dès le début de la négociation, après deux semaines, nous avons commencé la production de nos INFO-NÉGOCIATION sur nos plateformes. En huit mois de négociation, nous avons produit 11 INFO-NÉGOCIATION pour vous informer de l'évolution de notre négociation.

Quelques mois après le début de la négociation, la table de négociation a informé mon équipe d'un besoin supplémentaire : nous donner l'opportunité de nous exprimer à travers des moyens de pression. Nous avons décidé d'utiliser l'aide de notre affiliation pour procéder à une assemblée générale en version virtuelle avec un vote supervisé par une firme externe pour procéder à un vote de moyens de pression. Cette expérience a été un franc succès avec peu de problématique et une forte participation de nos membres. Je tiens à souligner le résultat de ce vote qui est à 97%, ce qui est extrêmement fort et clair comme mandat.

À travers les quatre premiers mois de la négociation, j'ai offert à nos élu.e.s trois budgets différents pour faire des tournées en lien avec des campagnes d'information et d'enracinement qui se sont terminées avec la campagne « Attache-toi à ta négociation ». Nous avons aussi fourni une formation sur la mobilisation à une soixantaine de collègues que nous nommons : Équipe de mobilisation locale (EML) qui soutiennent les délégué.e.s régionaux lors des tournées et la distribution de matériel.

Voici les moyens de pression entrepris :

1- Nous avons retiré notre uniforme;
2- Un collant pour les bouteilles d'eau offertes par l'employeur;
3- Les affiches pour souligner nos demandes en lien avec la conciliation de travail/famille;
4- Il a été demandé pour nos collègues de bureau de mettre une affiche et une signature électronique affichant les logos de notre négociation;
5- Les collants de nos priorités;
6- La campagne au travail pendant les vacances;

7- Les jeudis: Nous en avons plein notre casque;

8- La CSN nous a aidés à faire parvenir un « food truck » pour la distribution des objets de visibilité à nos collègues des bureaux;

9- Notre objet de visibilité et finalement;

10- Un appui au secteur public qui négocie notre fonds de pension.

La majorité de ces campagnes ont reçu un budget de tournée par le SEMB SAQ et la CSN. Il est important de noter que les budgets utilisés pour ces campagnes ne viennent pas de notre fonds de défense professionnelle (le FDP du SEMB), mais bien des fonds de roulement du département sur lequel je préside. Donc en aucun moment, les argents consacrés aux tournées pour la distribution ne vont affecter l'argent disponible pour une possible grève. De plus, tous les montants pour la production de matériel ont été faits par la CSN.

Les moyens de pression sont effectués par étape. La première étape est de démontrer à l'employeur notre appui à la table de négociation. Nos premiers moyens de pression ont répondu à cette prérogative, puisqu'une forte majorité de nos membres ont appliqué ces moyens de pression en demandant même plus! Graduellement, nous passons maintenant au stade d'informer le public que nous sommes en moyen de pression et lorsque le besoin s'en fera sentir par la table de négociation, passer à des moyens de pression avec plus de tonus. J'aimerais prendre le temps de vous expliquer que tous les moyens de pression doivent être réfléchis. Dans les derniers mois, j'ai tout autant ressenti le désir de frapper plus fort à certains moments, mais c'était émotif. Un moyen de pression doit être réfléchi, il doit être rationnel et servir les objectifs de la table de négociation, réussir à pousser un maximum de nos demandes tant du côté normatif que du côté monétaire. C'est aussi pour cette raison que les moyens de pression ne sont pas décidés par une seule personne, ils sont réfléchis en comité de mobilisation, présentés en comité de coordination (avec nos tables de négociation) et validés en exécutif pour être finalement présentés en conseil général.

Il est clair que la majorité des activités de mon département pour cette année sont en lien avec la négociation, et je prévois que ça sera la même chose pour l'année 2024 qui sera la dernière année de mon mandat au SEMB SAQ. Cependant, ma collègue coordonnatrice du département de la MVSI, Émilie Paquin, travaille activement pour faciliter le partage de l'information entre le syndicat et ses membres. Dans les prochaines semaines, une campagne d'inscription à un nouveau service d'infolettre aura lieu. Nous avons décidé de changer de compagnie et de passer de « Mailchimp », une compagnie américaine, à « Cakemail », une compagnie québécoise. Ce changement ne cause aucune augmentation de coût puisque

« Cakemail » offre un service gratuit pour 2000 abonné.es et nous n'avons jamais eu plus de 800 abonné.es sur « Mailchimp. ». Cependant, le soutien technique de « Cakemail » et les options d'utilisation nous semblent plus favorables et nous avons aussi un service en français. Lors de l'écriture de ces lignes, nous sommes toujours dans la phase « test » de ce changement et ça demandera aussi la participation de nos membres lors de la période des inscriptions.

Au niveau de l'information, nous avons continué à utiliser activement nos différentes plateformes, nous avons créé une nouvelle adresse internet : www.semb-saq.net/nego pour vous tenir informé.es de la négociation, et nous avons débuté l'utilisation d'Instagram pour rejoindre nos membres un peu plus jeunes.

En conclusion, ce bilan est très positif. La majorité des moyens de pression ont été faits par nos membres, nous diffusons plusieurs informations sur différents canaux et je travaille avec un exécutif, un conseil général et une équipe qui ont le SEMB SAQ tatoué sur le cœur et souhaitent réellement arriver à la meilleure convention collective pour nos collègues. Beaucoup de travail reste à faire, beaucoup d'amélioration et d'apprentissage restent à faire, mais finalement, nous tentons d'utiliser notre créativité pour démontrer à la table de négociation que nous sommes derrière eux et à l'employeur que tous enSEMBle, nous serons toujours gagnants.

Merci.

Solidarité.

Alexandre Bolduc
Responsable de la vice-présidence au département de la MVSI