

Conseil national des chômeurs et chômeuses (CNC)

Atelier : *Plan d'Action*

10 septembre 2005, 9h à 10h30

Domaine Forget
Saint-Irénée, région de Charlevoix

Tour de table

Bienvenue de Pierre Céré

Pierre Céré explique le déroulement des ateliers et invite les participants à se diriger vers les lieux d'ateliers (3 ateliers : Plan d'action, Revendications, Sans-Chemise)

Bienvenue de Sylvie Caya, animatrice de l'atelier sur le plan d'action

Sylvie Caya introduit l'atelier sur les stratégies d'actions. Jan-Philippe Barbeau se propose en tant que rapporteur des discussions de l'atelier.

Présences

Sylvie Caya, Pastorale sociale de Saint-Jean-sur-Richelieu
Jan-Philippe Barbeau, Mouvement Action-Chômage de Saint-Hyacinthe
Yvan Boulay, Mouvement Action-Chômage de Saint-Hyacinthe
Danie Harvey, Mouvement Action-Chômage de Charlevoix
Laurier Gilbert, Regroupement des sans-emploi de l'Abitibi-Témiscamingue
Daniel Champagne, FTQ Montréal
Pierre Céré, Comité Chômage de Montréal
Jean-Pierre Péloquin, Regroupement des chômeurs et chômeuses de Sorel-Tracy

Discussions

Danie Harvey explique que nous devons avoir des actions locales de façon régulière. Chacune de nos régions doit être couverte. Nonobstant les prochaines élections et la grande marche des chômeurs.

Yvan Boulay explique que, en accord avec Danie Harvey, les prochaines élections fédérales doivent être couvertes par les Sans-Chemise, et ce, de manière encore plus évidente pour la population. La marche des chômeurs peut être nourrissante dans nos revendications. Cette marche est un outil d'éducation populaire. Des témoignages s'appuieraient sur des réalités.

Laurier Gilbert explique qu'un message devrait être envoyé aux ministres fédéraux pour leur signifier que nous ne les avons pas oubliés et que nous sommes encore présents. En

Abitibi, les Sans-Chemise sont prêts à recourir à une nouvelle campagne de placardage. « Nous sommes même prêts à aller placarder dans le Nord de l'Ontario. »

France Turcotte explique qu'elle tient à ce que nos décisions soient réalisables et réalisées. C'est une question d'image et de crédibilité. Nous sommes prêts à travailler fort aussi. Peu importe l'action, elle doit être entreprise à la rentrée parlementaire.

Pierre Céré explique que certaines périodes passées n'ont pas donné les résultats qu'elles auraient dû. La campagne des Sans-Chemise est attendue par la population. Il faut frapper l'imaginaire. Nos actions doivent être réalisables selon nos possibilités. Nous devons travailler en alliance. Notre discours doit être porté de la rue au Parlement. Nous avons des problèmes de mobilisation, donc nous devons travailler à partir de l'opinion publique. La campagne de l'an passée a fonctionné de cette manière et celle qui s'en vient doit produire le même effet. Nous devons cibler les bons députés... Pettigrew, Lapierre, etc. Il faut leur faire sentir une pression. Le constat est vrai : le problème du chômage, au Canada, est véhiculé par le Québec. Nous devons sortir du Québec : Nord-Est de l'Ontario avec le CTC, l'Acadie avec M. Godin, Mme Ringuette, les coalitions locales, etc. Avec ces contacts, nous pourrons faire de la pression sur des députés libéraux fédéraux à l'extérieur du Québec.

Yvan Boulay explique que les gestes de visibilité, en tant que plan de communication, peut être véhiculé par des pressions politiques aussi à l'extérieur du Québec. Chaque région a sa spécificité. À l'extérieur du Québec aussi. Notre regroupement en est à ses premiers balbutiements et nos actions, pour donner un impact, doivent être réalisables. Et cela est notre grand défi. Il faut faire attention aux gros plans d'action irréalisables.

France Turcotte explique ses visions à propos de la Marche des chômeurs et chômeuses. Une petite délégation qui marche réellement. Une concertation avec les milieux religieux afin d'avoir des possibilités d'accueil (couchers, etc.). Les syndicats pourront nous aider à organiser des assemblées publiques dans chaque région sur l'itinéraire défini. Filmer ces assemblées aussi. Les partis politiques pourront nous aider à choisir les dates en fonction du calendrier parlementaire. La sécurité grâce à un camion à l'avant et un à l'arrière... Une action locale peut favoriser la couverture médiatique régionale.

Daniel Champagne explique que la marche peut être intéressante. Il se pose un problème temporel : à l'extérieur d'une période d'élections, ce n'est peut-être pas nécessairement l'idéal. Février n'est pas le meilleur moment pour marcher. Des lettres ouvertes dans chaque média local. Des conférences de presse avec les députés bloquistes locaux. Une campagne d'opinion publique insérée dans le cadre d'une marche nationale. Une caravane motorisée ?

Jean-Pierre Péloquin explique qu'il est d'accord avec ces actions. Le CNC doit faire une conférence de presse nationale. Les marches vont être durs à organiser. Par contre, cette idée est très intéressante.

Yvan Boulay explique que de mettre de la pression sur les députés libéraux peut s'exprimer dans des marches localisées dans ces comtés libéraux...

Pierre Céré explique que la marche est une bonne idée. Il faut s'arrimer à une conjoncture : une élection, un front commun politique, etc. Le plan d'action doit être adapté, s'inscrire même dans la conjoncture. Une grande marche va être problématique aussi par nos possibilités de mobilisation. La caravane motorisée est peut-être la meilleure des solutions...

Laurier Gilbert explique que c'est assez compliqué, en effet, d'organiser une grande marche. Ça se fait, mais ça peut facilement prendre un an à organiser...

Danie Harvey explique qu'une caravane ciblant des localités à la rencontre des députés locaux afin de faire des conférences de presse, c'est faisable.

Yvan Boulay explique que le placardage dans les comtés libéraux est stratégique quant à l'effet à produire. Les ministres fédéraux peuvent y laisser leur peau et produire une pression sur le gouvernement.

France Turcotte explique que nous devons avoir des actions avant, pendant et après les élections. Tout le temps, c'est important.

Danie Harvey explique que la rentrée parlementaire est une bonne opportunité à saisir.

Pierre Céré explique qu'avant les élections, nous pouvons rencontrer des députés libéraux afin de leur faire comprendre que notre campagne s'en vient. Ces actions vont monter au cabinet ministériel pendant que nous nous préparons à la campagne. En vue d'une nouvelle campagne des Sans-Chemise 2005, et considérant les montants déjà trouvés grâce au mouvement syndical, aux groupes et aux coalitions, nous sommes en bonne voie pour nous lancer.

Daniel Champagne explique que le placardage est dispendieux, que nos pancartes 2004 sont encore disponibles (pour le comté de Lapierre). Des actions chocs pendant les lectures au Parlement interpellent facilement les médias. Des coûts minimes...

Sylvie Caya rappelle brièvement les échanges

Une marche, les élections, la visibilité, la caravane, des actions régulières.

Fin de la première partie de l'atelier

Deuxième partie (même thème mais participants différents)

11h45 à 12h

Bienvenue de Sylvie Caya

Sylvie Caya introduit la deuxième partie de l'atelier sur les stratégies d'actions. Rappel bref du plan d'action, tel que proposé.

Présences

Sylvie Caya, Pastorale sociale de Saint-Jean-sur-Richelieu
 Jan-Philippe Barbeau, Mouvement Action-Chômage de Saint-Hyacinthe
 Fernande Lévesque, CSN - Conseil central de la Montérégie
 Gilles Baillargeon, Regroupement des sans-emploi de l'Abitibi-Témiscamingue
 Ghislaine Paquette, Comité Chômage du Haut-Richelieu
 Michelle Leblanc, Pastorale sociale de Granby
 Monique Allard, FTQ Conseil régional Québec-Appalaches
 Mario Laporte, CSN
 Johanne Marcotte, Regroupement des sans-emploi de Sorel-Tracy
 France Bibeau, CSN
 Alain Proulx, Mouvement Action-Chômage de Charlevoix
 Denise Généreux, Mouvement Action-Chômage de Charlevoix

Discussions

Denise Généreux explique que l'impact médiatique d'une telle marche est palpable. Marcher régionalement, c'est possible. À relais.

Fernande Lévesque explique que nos portes-parole régionaux doivent être identifiés. À relais, c'est possible.

Monique Allard explique que l'impact serait beaucoup plus grand lors d'une campagne électorale afin que la cause des chômeurs et des chômeuses soit en première ligne.

Johanne Marcotte explique que l'appui des régions hors Québec (Acadie, par exemple) offrirait un levier à nos revendications.

Denise Généreux explique que pendant la période électorale, le milieu médiatique ne nous suivrait peut-être pas autant. Peut-être qu'après la campagne, la marche aurait plus d'impact.

Fernande Lévesque explique que pendant la campagne 2004, les candidats prennent beaucoup de place et masquent le débat de l'assurance-chômage. Peut-être qu'avant la campagne serait mieux ?

Alain Proulx explique que pendant l'hiver, la marche, ce n'est pas l'idéal.

France Bibeau se demande si nous avons assez d'énergie pour réaliser une marche et une campagne simultanée...

Denise Généreux explique la problématique du travail saisonnier en parallèle avec la mobilisation régionale pour une telle marche. La prochaine campagne électorale devrait se tenir entre janvier et mars 2006. À moins d'un renversement du gouvernement.

Monique Allard explique que tant de travail risque de miner la qualité de nos actions.

Ghislaine Paquette explique que pour les personnes à mobilité réduite, c'est un peu frustrant d'entendre parler d'une marche. Il faudrait penser à les inclure dans les actions à poser.

Fernande Lévesque explique que la machine est déjà partie. Lors des marches, il y a toujours des véhicules pour faire participer les personnes à mobilité réduite.

Monique Allard se demande si toutes les organisations des Sans-Chemise régionales sont sur pied et prêtes.

Denise Généreux explique que le véhicule des Sans-Chemise est encore valable et peut soutenir un leadership national. C'est très bien parti. Il ne reste qu'à le relancer.

Fernande Lévesque exprime sa vision positive de la table du CNC hétéroclite, mais homogène. Entre organismes, on s'écoute et on discute. Nous sommes capables de répartir efficacement les Sans-Chemise. Les revendications sont partagées et certaines organisations qui ne font pas parti de la table vont se greffer à notre cause.

France Bibeau se questionne quant à nos capacités, à nos énergies.

Ghislaine Paquette explique que nous devrions revoir les trois revendications de base. Nous devons frapper sur le même clou en même temps. Jumeler les actions.

Monique Allard explique que le placardage de la campagne 2004 a été efficace. C'est une expérience à renouveler.

Fernande Lévesque explique que c'est beaucoup d'énergie. Très efficace, il faut donc une suite à ces pancartes.

Jan-Philippe Barbeau rappelle l'importance d'aller chercher des appuis à l'extérieur du Québec.

Alain Proulx explique qu'il faut rappeler à Paul Martin ses promesses.

Mario Laporte explique qu'il faut ramener les « voleurs » sur la place publique... Continuons sur le slogan.

Ghislaine Paquette rappelle le mot « tricheur ».

Fernande Lévesque explique que nous devons être prudents avec le message à envoyer. Notre crédibilité n'est pas à miner.

Denise Généreux explique qu'il y a trop de mots avec trois phrases. Plus simple.

France Bibeau explique que de visiter les députés provinciaux pourrait être une démarche à étudier. Ils ont la possibilité de faire pression sur les homologues fédéraux. Ils sont responsables, eux aussi.

Monique Allard explique qu'une question est plus profitable qu'une affirmation d'un point de vue médiatique.

Fernande Lévesque explique que le point de vue économique de la question est un bon point de départ intéressant pour la campagne électorale. Les maires et les CLD aussi peuvent être des atouts pour aller rencontrer les députés.

Gilles Baillargeon explique que les chambres de commerce pourraient être impliqués.

Sylvie Caya rappelle brièvement les échanges

Une marche après les élections, une marche très médiatisée, impliquer les gens, utiliser le véhicule incontournable des Sans-Chemise, le placardage est important, mais il faut aller plus loin dans le message, créer des alliances avec l'Acadie et le Nord-Est de l'Ontario, visiter les députés provinciaux, aller chercher des points forts au niveau local.

Mario Laporte explique qu'une revendication renouvelée doit être simple pour être inclusive dans notre sensibilisation. On doit être accessible. Être accrocheur.

Ghislaine Paquette explique l'importance de la simplicité du message.

Fernande Lévesque explique l'importance de s'allier à des partenaires. Les actions doivent être plus grandes que la campagne 2004, mais d'une égale simplicité.

France Bibeau explique que l'idée de sortir du Québec est bonne, mais il faut se questionner qui sont nos alliés en dehors du Québec. Nous ne pouvons pas perdre trop d'énergie dans ces actions.

Sylvie Caya explique que les contacts en dehors du Québec sont déjà établis et que les actions seront très ciblées.

Denise Généreux explique que même sans les fonds nécessaires à la réalisation d'actions en dehors du Québec, il faut se donner les possibilités d'ouvrir la problématique à l'échelle nationale. Il y a des chômeurs là-bas. L'ouverture est présente, c'est le temps.

Gilles Baillargeon explique que la Chambre du commerce du Québec peut nous aider à mettre des pressions. Ils peuvent comprendre la problématique et accélérer les choses. Ça peut être un appui.

Laurier Gilbert énumère brièvement les associations ontariennes qui peuvent être des appuis et nous aider à placarder.

Denise Généreux explique que l'appui de Godin peut étendre nos appuis pour l'Ouest du Canada à même le NPD.

France Bibeau explique que le placardage dans les autres provinces est un peu gros pour notre organisation.

Denise Généreux avance la possibilité que le NPD ou Ringuette nous aide pour le placardage même. Ou pour nous donner des contacts.

Fernande Lévesque explique que sans les gens du BQ, on n'aurait peut-être pas tant placardé. C'est probablement grâce à eux qu'on a eu cet impact. Si on l'a déjà fait, on peut probablement le faire à nouveau. Et peut-être avec les autres groupes hors Québec.

Laurier Gilbert explique qu'il a rencontré les groupes ontariens et des bénévoles seraient prêts à nous aider. Ces groupes ne peuvent pas se mouiller, mais ils peuvent nous trouver des bénévoles. On ne couvrira pas le Canada au complet.

Gilles Baillargeon explique que d'envoyer des pancartes à des groupes d'autres provinces nous aiderait à étendre nos actions. Lors de mises à pied massive, par exemple.

Sylvie Caya rappelle brièvement les échanges

Des revendications simples, ne pas oublier les partenaires, se questionner à propos des actions hors Québec, des effectifs réduits, limités.

Fin de l'atelier à 12h00