

Laissez-nous bien travailler !

Montreuil, le 16 Mai 2019

En décembre 2018, le Département Production Réseau de l'UIC organise un séminaire de cadres avec un slogan et un logo de ralliement pour le moins guerrier : « Produire ou Mourir ». A ce séminaire, des bérrets verts ont été offerts et sont à la vente pour ceux qui n'y ont pas participé.



Nos élus et mandatés se sont émus de cette pratique et ont demandé des explications. En réponse, la Direction annonce que ce logo a été mis en place lors d'un séminaire type « Team Building » et qu'il fallait le prendre au second degré.

Non, ce n'est pas du second degré.

En décembre 2018, les organisateurs de ce séminaire ne pouvaient ignorer que nous étions à la veille du procès « France Télécom Orange » et de ses dirigeants.

Le déroulement du procès démontre que la stratégie d'entreprise de l'époque était mûrement réfléchie et mise en œuvre avec une implacable froideur. C'était une machine à broyer les êtres humains. Ce séminaire démontre que pour certains cette stratégie perdure.

Pour aider à l'analyse les définitions des termes slogan, logo et team building semblent importants.

Définition de slogan :

Le terme slogan vient du gaïlique « **Sluagh Ghairm** » qui signifie cri de guerre pour le ralliement des troupes.

Par dérivation, il est un moyen de montrer son appartenance à un groupe. C'est devenu une formule brève et frappante pour propager une idée, une opinion, pour pénétrer l'inconscient et y rester enraciné.

Définition de logo :

Un logotype est une représentation graphique d'une marque ou d'une entreprise. Il est une issu d'une recherche créative qui vise à valoriser l'image. Il se caractérise par le choix de ses couleurs, de la typographie et celui d'un symbole. Il représente l'identité visuelle que l'on veut donner. L'objectif est d'amener le public à mémoriser rapidement et efficacement cette image graphique symbolique.

Définition de Team Building :

Le Team Building est un séminaire organisé par les entreprises pour permettre aux équipes de se découvrir sous de nouveaux angles et d'apaiser d'éventuels conflits. Il permet d'établir la confiance dans l'entreprise et de développer l'esprit d'appartenance. Le Team Building désigne également l'ensemble des activités ayant pour but d'améliorer le potentiel et les capacités d'une équipe, sur le plan relationnel et opérationnel. En fonction des buts recherchés, plusieurs choix sont possibles : des sports collectifs type football, des séances de bien être type yoga ou des arts martiaux, des activités artistiques type théâtre.

Ces définitions ne laissent pas de place au doute.

C'est sciemment que ce séminaire a été organisé pour asservir les cadres autour d'une seule stratégie qui n'est ni humaine, ni collective. Au lieu de travailler la cohésion, il ne fait que mettre les cadres en concurrence entre eux. Il valide le fait que la fin justifie les moyens.

Si la direction affiche une position décomplexée, parlant de « l'art délicat de la communication », les cadres sont loin d'avoir tous adhéré au concept et nombreux sont mal à l'aise face à ces pratiques.

La cohésion d'équipe, l'adhésion, l'implication des cadres et les métiers du management ne se résument pas à de la communication mais bien à la mise en œuvre de leurs qualifications, compétences, expériences et de leur professionnalisme. Si cet événement fait partie d'une opération de communication comme semble le dire la Direction, son but est donc, de fait, d'envoyer un message aux salariés et l'opération ne peut être considérée comme anodine.

Ces méthodes sont sectaires et fascisantes : attention à la manipulation intellectuelle, car lors de ces séminaires nos cerveaux sont bouffés. Nous sommes mis dans une situation de réflexion étroite. Cela pousse à l'infantilisation, voire à l'humiliation. L'entreprise ne peut pas, ne doit faire n'importe quoi.

La CGT FAPT et son Union Fédérale des Cadres dénoncent de telles pratiques.

Non les cadres ne doivent pas avoir pour seul rôle de faire passer la stratégie d'entreprise, particulièrement si celle-ci est mortifère. Avec de telles méthodes, combien de cadres vont être en contradiction avec eux-mêmes, entre leur loyauté envers l'entreprise et leur éthique ? Contrairement au dogme ambiant, il faut du temps pour faire un travail de qualité.

La Cgt et son Union Fédérale des Cadres portent l'idée qu'un cadre doit être « professionnellement engagé et socialement responsable ».

Avec la CGT, opposons au « produire ou périr », le « laissez-nous bien travailler »

