

UN SERVICE PUBLIC À RÉINVENTER

Un colloque s'est tenu les 13 et 14 novembre derniers au siège de la CGT. À l'initiative de la fédération CGT des activités postales et de télécommunications, il avait pour thème: « Pour un vrai service public de la communication ». Les technologies numériques ont bouleversé ce secteur d'activité, et il était devenu nécessaire de faire le point sur les mutations en cours.

PAR PASCAL SANTONI

« **N**otre objectif est de dessiner des perspectives cohérentes, quel que soit notre secteur d'activité. Que l'on soit dans la communication écrite, orale ou visuelle. Or, le périmètre de ces activités liées à la communication est vaste. Nous estimons le nombre d'entreprises à près de 500, avec entre 500 000 et 600 000 salariés », nous dit d'emblée Christian Mathorel, secrétaire de la fédération.

C'est une des raisons pour lesquelles la fédération des postiers est devenue la Fédération des activités postales et de télécommunications (FAPT). À l'heure de ce que certains n'hésitent pas à appeler la révolution numérique, ce secteur acquiert la dimension d'une filière industrielle sous la houlette de deux opérateurs historiques, La Poste et les Télécoms, et cela pose nombre de questions à l'activité syndicale.

La séparation des activités postales et des télécoms en 1990 s'est accompagnée de la mise en œuvre progressive d'une logique de gestion privée, malgré le maintien de haute lutte d'un statut de fonctionnaire. « C'est ainsi, souligne Christian Mathorel, que France Télécom, entreprise cotée au CAC 40 et l'une des meilleures rentabilités financières, conserve 70 % de fonctionnaires d'État. » La Poste est devenue une société anonyme à capitaux publics, par une loi entrée en vigueur en 2010, qui stipule que « cette transformation ne peut avoir pour conséquence de remettre en cause le caractère de service public national de La Poste ». La question demeure celle des moyens pour assurer ses missions. Quels investissements

et quelles conditions de travail pour les salariés.

Or, La Poste offre de plus en plus des services monétisés, et elle entre progressivement dans une logique financière.

« Nous disons, nous, que la communication ne peut pas devenir une marchandise, car c'est un droit fondamental. Un enfant privé d'Internet sera handicapé pour poursuivre ses études », précise Christian Mathorel, qui ajoute que l'équipement en fibre optique à très haut débit par exemple est très inégal et source d'inégalités

entre les territoires et les usagers. L'idée d'un service public intégrerait l'ensemble des secteurs d'activité qui concourent à la communication et dépasse le seul secteur des télécoms et de La Poste. C'est pourquoi le colloque s'adressait à d'autres secteurs et entreprises de la communication, et plusieurs fédérations étaient représentées.

DES NOUVEAUX TERRITOIRES ESSENTIELS À LA VIE EN SOCIÉTÉ

Les entreprises utilisatrices ne paient aucune redevance
« Toutes les entreprises qui tirent profit de ces activités devraient contribuer au financement des investissements du service public », revendique la FAPT. Google par exemple, qui emploie 800 salariés en France, utilise les réseaux télécoms mais ne paie aucune redevance pour un chiffre d'affaires colossal.

Le colloque avait également pour but d'actualiser les repères revendicatifs et de les rendre cohérents dans la nouvelle configuration de la communication. En particulier, comment construire un nouveau statut du travailleur salarié



appliqué à cette filière ? Comment assurer la transférabilité des droits entre différentes entreprises ?

La volonté des organisateurs, perceptible dans les discussions, était de repenser le service public à partir du travail et des valeurs qui le portent, ses finalités et son contenu. Plus concrètement, s'agit-il de travailler pour les usagers de la communication ou pour les actionnaires ?

Les débats abordés interrogent les salariés de ces différents secteurs de la communication, mais les enjeux du numérique traversent l'ensemble des activités humaines et sollicitent donc la réflexion de toute la CGT.

À l'issue du colloque, un camarade, rapporte Christian Mathorel, a confié: « On a réinventé le service public! Que du bonheur! »

Encore faut-il maintenant démultiplier les rencontres sur le terrain pour associer le maximum de salariés et d'usagers à cette recherche et à ces objectifs. Car il y a, de toute évidence, beaucoup à inventer. Inventer un service public de la communication qui intègre les mutations technologiques affectant ces secteurs et qui implique l'ensemble des acteurs de ces nouveaux territoires essentiels à la vie en société. Le colloque a initié une réflexion qui ne demande qu'à se poursuivre. 