

---

## CAMPAGNE JUSTICE @ QUEBECOR : LEÇONS POUR LES SYNDICATS CANADIENS

*Alan Tate*

Directeur,

Projets spéciaux,

Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (SCEP)

Ottawa, Ontario, Canada

---

Une campagne exemplaire de syndicalisation des travailleurs et travailleuses de l'industrie de l'imprimerie aux États-Unis a fait appel à des stratégies novatrices qui peuvent être utiles et riches en enseignements pour les syndicats canadiens. La campagne en question a été lancée en 2002 par le Syndicat international des communications graphiques (SICG)<sup>1</sup> chez Quebecor World, une entreprise canadienne et l'une des plus importantes sociétés d'imprimerie commerciale du monde. Quebecor, qui n'était au départ qu'un petit imprimeur de journaux du Québec, exploite aujourd'hui 150 établissements d'imprimerie commerciale et génère des revenus de plus de 6 milliards de dollars.

Le Syndicat international des communications graphiques a entre temps fusionné avec la Fraternité internationale des teamsters aux États-Unis et avec le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (SCEP) au Canada. Au moment de cette campagne, le SICG comptait environ 80 000 membres aux États-Unis et au Canada qui travaillaient presque tous dans les industries de l'imprimerie, de l'édition ou de l'emballage.

Le SICG a utilisé dans le cadre de cette campagne une stratégie globale de syndicalisation des membres de la base, de mobilisation des membres, de levier d'affaires et de solidarité mondiale pour obtenir une entente portant sur un processus de vote impartial et équitable au sein de Quebecor World et permettre à des centaines de travailleurs et travailleuses de l'imprimerie d'être représentés par un syndicat.

### CONTEXTE - LE MOUVEMENT SYNDICAL AMÉRICAIN

Depuis les années 1970, les syndicats américains ont subi une baisse rapide du nombre de leurs membres. Les raisons de ce recul ont longuement été débattues, analysées à la loupe et documentées dans d'autres rapports (Chaison et Rose 1991; Riddell et Riddell 2001). Bien que des facteurs politiques et économiques tels que la faiblesse des lois sur le travail, la mondialisation, le déclin du secteur manufacturier, la présence accrue de travailleurs et travailleuses occasionnels et le comportement de plus en plus antisyndical des entreprises américaines aient joué un rôle important dans la baisse du nombre des membres, de nombreux observateurs et observatrices, y compris bien des syndicalistes, ont commencé, à la fin des années 1980, à soutenir que les syndicats eux-mêmes étaient responsables, au moins en partie, de la baisse du taux de syndicalisation.

Dès les années 1960, la plupart des syndicats américains n'étaient devenus que des organismes de services - des syndicats d'affaires, se contentant de négocier

les salaires et avantages de leurs membres existants. Au fur et à mesure que le taux de syndicalisation baissait, le pouvoir de négociation des syndicats s'effritait et ils consacraient de plus en plus de leurs ressources et de leur temps à essayer de défendre désespérément leurs membres de moins en moins nombreux contre des employeurs en guerre pour obtenir des concessions massives.

La syndicalisation de nouveaux membres devenait de plus en plus difficile, les travailleurs et travailleuses étant victimes de menaces, de harcèlement, de mesures disciplinaires, de discrimination et même de congédiement aux mains d'employeurs américains qui pouvaient presque agir en toute impunité en raison de la mauvaise application de la loi par la National Labor Relations Board. Le principal organisme des droits de la personne, Human Rights Watch, a même déclaré que les longs délais de traitement des plaintes et la faible application de sanctions en cas d'infraction par la NLRB ont fait en sorte que le droit des travailleurs et travailleuses de se syndiquer a lourdement été brimé aux États-Unis.

Certains dirigeants et dirigeantes de syndicats américains ont commencé à réaliser que pour assurer la survie du mouvement syndical américain, les syndicats devaient consacrer une part plus grande de leurs ressources à la syndicalisation et apprendre à recruter dans ce climat de plus en plus hostile.

L'élection de John Sweeney à la présidence de la FAT-COI (la première course à la présidence compétitive en 30 ans à la FAT-COI) a ouvert la voie à une nouvelle ère où l'accent est mis sur le recrutement. Richard Bensinger, fondateur de l'institut de recrutement de la FAT-COI, qui forme des milliers de jeunes travailleurs et travailleuses et d'étudiants et d'étudiantes à être recruteur et recruteuses de syndicalisation, avait alors déclaré que les syndicats devaient consacrer au moins 30 pour cent de leur budget à la syndicalisation. La première étude importante décrivant en détail les tactiques employées dans le cadre des campagnes de syndicalisation qui ont porté fruit, étude réalisée par Kate Bronfenbrenner et Tom Juravich, a démontré qu'il était possible de syndiquer des travailleurs et travailleuses aux États-Unis, mais seulement si les syndicats avaient recours à de nouvelles tactiques créatives fortement axées sur la participation des membres de la base<sup>2</sup>.

## LA SITUATION CANADIENNE

Contrairement au mouvement américain, le mouvement syndical canadien a pris de l'expansion depuis les années 1980 (Jackson et Schetagne 2003). Les syndicats canadiens ne devraient toutefois pas se complaire. Le taux de syndicalisation est également en baisse au Canada – il est passé d'un sommet de plus de 40 pour cent à 30 pour cent depuis 1984 (Jackson et Schetagne 2003; Statistique Canada 2005). Même si les lois en matière de travail sont plus présentes et que leur application a été plus rigoureuse au Canada, elles se sont tout de même affaiblies depuis une décennie, et bien des provinces exigent maintenant un vote plutôt que d'accorder automatiquement l'accréditation syndicale si la majorité des membres du groupe signent des cartes d'adhésion. Les employeurs canadiens, même s'ils sont soumis à davantage de contraintes juridiques que leurs homologues américains, sont devenus de plus en plus agressifs et empruntent même bon nombre des tactiques américaines, embauchant des consultants et des avocats antisyndicaux et enfrenant la loi lorsqu'ils estiment que les amendes en valent la peine pour demeurer « libre de tout syndicat » (Bentham 1999; Yates 2000).

## LA CAMPAGNE DU SICG

Le SICG, comme bien d'autres syndicats américains, a subi une lourde perte de membres, près de 50 pour cent, depuis les années 1980. En 2000, de nouveaux dirigeants et dirigeantes ont été élus avec le mandat de revitaliser et de rebâtir le syndicat. Sous l'initiative de son vice-président canadien nouvellement élu, Duncan Brown, et du directeur de la syndicalisation nouvellement nommé, Bert Haft, deux syndicalistes de longue date du SICG, un nouveau programme de recrutement a vu le jour.

Messieurs Brown et Haft ont présenté un plan stratégique de syndicalisation au congrès de 2000 du SICG; le syndicat a majoré sa capitation et largement accru la part de ses fonds affectés à la syndicalisation. Le syndicat a délesté son ancien modèle de syndicalisation basé sur la distribution de dépliants à la sortie des usines et sur les réunions de masse pour adopter un modèle fondé sur le recours à des recruteurs et recruteuses de la base, des campagnes de porte à porte et l'établissement de comités internes actifs et représentatifs. L'ancien directeur de la syndicalisation de la FAT-COI, Richard Bensinger, avait été embauché comme consultant pour développer l'institut de recrutement qui a formé des centaines de membres du SICG en tant qu'agents et agentes de syndicalisation membres de la base. Un programme interne prenait les meilleurs finissants de l'institut de recrutement et leur offrait six mois de formation sur le terrain.

Le nouveau programme de syndicalisation a connu un certain succès. Le SICG a été capable de faire évoluer ses campagnes plus rapidement et, dans presque tous les cas, a obtenu la signature d'une majorité de travailleurs et travailleuses. Malheureusement, le syndicat perdait encore une majorité de ses votes. L'un des échecs particulièrement décevants a été celui d'une usine de 650 travailleurs et travailleuses de Quebecor World à Corinth, au Mississippi, en 2001. C'était la quatrième tentative de syndicalisation de cette usine par le SICG. Une équipe d'agents et agentes de syndicalisation nouvellement formés a récolté les signatures de 60 pour cent des employés et employées en trois semaines, mais après une virulente campagne antisyndicale menée par l'employeur, le syndicat a perdu le vote dans une proportion de deux à un.

Des groupes de discussion qui ont eu lieu après le vote ont fait ressortir les deux principales raisons pour lesquelles les travailleurs et travailleuses avaient voté contre le syndicat. Premièrement, bien que les travailleurs et travailleuses aient aimé les visiteurs à domicile, ils n'aimaient pas les membres du comité interne à qui ils reprochaient d'être membres d'une « clique » et d'être impétueux. Le SICG s'était fié à des syndicalistes des campagnes précédentes pour mettre sur pied ce comité interne et n'avait pas réussi à recruter de nouveaux membres au sein de ce comité ni à fournir une formation suffisante aux membres de ce comité. Deuxièmement, l'entreprise avait menacé de fermer l'usine si les travailleurs et travailleuses votaient en faveur du syndicat. Cette menace qui leur faisait peur les a contraints à voter contre le syndicat.

Le SICG était encore convaincu d'être sur la bonne voie. D'autres efforts de recrutement et de formation des membres du comité interne étaient nécessaires et il fallait dresser un plan pour contrer la campagne antisyndicale de l'employeur. Un nouveau directeur de la recherche, Alan Tate, qui était représentant international du

syndicat depuis 15 ans, a été embauché. Son mandat était d'accroître la capacité du syndicat de réaliser des recherches stratégiques et des campagnes de levier contre une société.

Au début de 2002, le SICG, qui était convaincu que son nouveau programme de syndicalisation pouvait réussir s'il bénéficiait de ressources supplémentaires, a tenu une rencontre avec la FAT-COI pour lui demander une aide au recrutement. Cette rencontre a donné lieu à une série de réunions avec le personnel de la FAT-COI pour développer un projet qui permettrait au programme de syndicalisation du SICG d'atteindre un niveau supérieur.

Travaillant de concert avec le centre de recherche stratégique de la FAT-COI, le SICG a mis sur pied un plan ambitieux pour syndiquer Quebecor World, la plus importante société d'imprimerie commerciale du monde et l'employeur chez qui le SICG compte le plus de membres tant au États-Unis qu'au Canada. Le SICG voulait entreprendre une campagne à grande échelle qui transformerait sa relation avec l'employeur en augmentant son taux de syndicalisation et son pouvoir de négociation.

Pendant près de six mois, un petit groupe de chercheurs et chercheuses et d'agents et agentes de syndicalisation membres du personnel de la FAT-COI et du SICG ont mis au point un projet qui était ambitieux, mais réalisable. L'un des architectes clés de ce projet était Davis Chu, directeur du centre de recherche stratégique de la FAT-COI, un expert des campagnes de recrutement dans les entreprises qui venait de l'Union internationale des employés de service (UIES), tout comme Monsieur Sweeney.

L'échec essuyé à Corinth a convaincu le SICG et la FAT-COI qu'ils devaient réussir à faire en sorte que l'entreprise abandonne sa position antisyndicale, et particulièrement qu'elle cesse de menacer de fermer l'usine. L'un des éléments clés de la campagne serait donc une campagne de levier contre la société pour convaincre Quebecor World de permettre à ses travailleurs et travailleuses d'adhérer à un syndicat sans intervenir. Une décision a été prise de ne pas soumettre les travailleurs et travailleuses aux longs délais et faibles solutions offertes par un vote de la National Labor Relations Board, mais d'avoir plutôt recours à une simple vérification des cartes par l'entreprise.

De plus, le syndicat a décidé de mobiliser les travailleurs et travailleuses de Quebecor qui faisaient déjà partie du syndicat pour qu'ils soutiennent la campagne de recrutement. Le SICG regroupait près de 8 000 membres travaillant pour Quebecor aux États-Unis et au Canada. Lors d'une réunion du comité de négociation représentant les syndicats de Quebecor en 2002, les délégués et déléguées se sont mis d'accord pour dire que la priorité première en vue d'accroître leur pouvoir de négociation était de syndiquer davantage d'usines et d'accroître le taux de syndicalisation au sein de l'entreprise.

Donc, une campagne comportant trois principaux éléments a été développée : organisation, obtention d'appuis et mobilisation des membres.

## **TACTIQUES NOVATRICES DE SYNDICALISATION**

La stratégie de syndicalisation consistait à cibler dix usines faisant partie des deux principales succursales de l'entreprise. Il était estimé qu'une réussite à ces usines permettrait au SICG d'obtenir un taux de syndicalisation de 80 pour cent au

sein des deux succursales les plus importantes et les plus rentables de l'entreprise. Il se trouve que la plupart des usines non syndiquées de ces succursales étaient situées dans la région du sud-centre des États-Unis - Tennessee, Nord du Mississippi et Kentucky - ce qui a permis au syndicat de concentrer ses efforts de syndicalisation géographiquement. De plus, un certain nombre d'usines de Quebecor déjà affiliées au SICG se trouvaient à proximité, permettant à la campagne de rapprocher les travailleurs et travailleuses syndiqués et non syndiqués. Après avoir passé six semaines à établir une relation avec des leaders clés au sein des usines ciblées et à évaluer le niveau d'appui obtenu, le syndicat a décidé de se concentrer sur sept usines où il lui semblait qu'une campagne viable serait possible, deux sur la côte ouest des États-Unis et cinq dans la région du sud-centre.

Puisqu'il s'agissait d'une campagne qui ne reposerait pas sur un vote tenu par la National Labor Relations Board (NLRB), le SICG a dû avoir recours à des tactiques novatrices de syndicalisation pour mettre sur pied des comités solides et faire durer la campagne pendant que le syndicat s'occupait principalement de négocier avec l'employeur une procédure équitable de syndicalisation.

La campagne est devenue publique lorsque les travailleurs et travailleuses des comités de syndicalisation des usines ciblées ont simultanément débrayé, revendiquant auprès de leur direction locale leur droit de se syndiquer sans intimidation ni harcèlement.

Même si aucune carte de membre n'a été signée au cours de cette étape de la campagne, les comités internes faisaient circuler un certain nombre de sondages et de pétitions portant sur des enjeux spécifiques tels que les coûts des soins de santé et la santé et la sécurité au travail. Les travailleurs et travailleuses ont organisé des rassemblements dans les stationnements de l'entreprise, des jours de port de t-shirt et d'autres actions de masse pour maintenir une activité constante dans les usines.

Le SICG comptait de trois à cinq agents et agentes de syndicalisation dans chacune des sept usines, la plupart d'entre eux étant des travailleurs et travailleuses internes inexpérimentés et des finissants de l'institut de recrutement du SICG. Les agents et agentes de syndicalisation travaillaient par rotation de dix jours travaillés pour quatre jours de congé et il était attendu qu'ils travaillent de dix à douze heures par jour. Le directeur de la syndicalisation du SICG, Bert Haft et l'agente de la syndicalisation en chef expérimentée venant de la FAT-COI, Jennifer Hill, ont coordonné la campagne. Des douzaines de membres du SICG ont participé à la campagne pendant cette étape en faisant du porte à porte.

## **STRATÉGIE DE LEVIER**

La stratégie de levier a été prévue pour faire pression sur l'entreprise afin qu'elle accepte de négocier une entente de neutralité. D'importants clients de Quebecor ont été ciblés et il leur a été demandé de soutenir le droit des travailleurs et travailleuses de Quebecor de se syndiquer. Quebecor imprime des catalogues et des dépliants pour bon nombre de gros détaillants. Le syndicat a envoyé des dépliants à plusieurs de ces détaillants pour leur demander de dire à Quebecor qu'elle doit respecter le droit de ses travailleurs et travailleuses de se syndiquer si elle veut continuer à faire affaire avec eux. De nombreux clients l'ont fait, y compris IKEA et Victoria's Secret, dans les magasins desquels le syndicat avait distribué à grande échelle des dépliants aux clients. Des centaines de membres du SICG venant de

douzaines de sections locales américaines et canadiennes se sont impliqués dans cette action et d'autres actions dans les rues. Les salons dont Quebecor World était commanditaire ou ceux où l'entreprise était exposant ont été perturbés par des syndicalistes du SICG qui y ont distribué des dépliants. Les membres du SICG et les travailleurs et travailleuses des usines non syndiquées ont assisté à des assemblées des actionnaires de Quebecor World. Ils ont contraint le président du conseil d'administration, l'ancien premier ministre Brian Mulroney, à passer la plus grande partie de son temps à traiter des questions relatives aux droits des travailleurs et travailleuses. Le candidat à l'élection présidentielle américaine John Kerry a publiquement fait savoir qu'il était favorable à la campagne, tout comme des douzaines de chefs religieux et de célèbres auteurs, dont les Canadiennes Margaret Atwood, Judy Rebick et Linda McQuaig. Un sénateur et un chef religieux du Kentucky sont venus à Montréal pour dire aux dirigeants de l'entreprise ce qu'ils avaient entendu des travailleurs et travailleuses de l'usine de Versailles, au Kentucky, et les inciter à négocier une entente de neutralité avec le SICG.

## **MOBILISATION DES MEMBRES**

La mobilisation a commencé par une évaluation de la capacité et de la volonté des sections locales existantes du SICG à Quebecor de s'impliquer dans une escalade d'actions en faveur de campagnes de levier et de syndicalisation. Des « comités de solidarité » ont été mis sur pied dans chacune des usines. « Il n'est pas logique de demander aux plus vulnérables des travailleurs et travailleuses – ceux qui sont dans les usines non syndiquées – de porter tout le poids de cette campagne. Nos membres, qui sont protégés par une convention collective doivent être sur la ligne de front », fait remarquer le directeur de la syndicalisation, Bert Haft.

Cela a probablement été l'une des tâches les plus difficiles de la syndicalisation puisque le SICG n'avait pas l'habitude de ce genre de mobilisation. Le SICG a affecté des agents de syndicalisation pour voir à la mobilisation des membres et, finalement, le syndicat a réussi à inciter bon nombre de sections locales à passer à l'action. Au final, des centaines de militants et militantes du SICG ont participé d'une manière ou d'une autre à la campagne. De nombreux travailleurs et travailleuses de Quebecor faisant partie du SICG qui sont devenus des recruteurs ou recruteuses dans le cadre de cette campagne ont été captivés et dynamisés par cette expérience. Ils sont retournés dans leur usine pour mettre sur pied des comités de solidarité et pour demander aux membres de soutenir les travailleurs et travailleuses essayant d'adhérer au syndicat. Les comités de solidarité ont fait signer des pétitions réclamant que Quebecor World respecte les droits des travailleurs et travailleuses qu'ils ont ensuite présentées aux cadres locaux de l'entreprise. Les sections locales qui étaient en négociation avec Quebecor World à Toronto et à Halifax ont fait venir à la table de négociation des travailleurs et travailleuses d'usines non syndiquées du Tennessee et du Mississippi et ont ainsi obligé l'entreprise à discuter des droits de syndicalisation pendant les négociations. Les usines du SICG ont organisé des jours de solidarité au cours desquels les membres portaient des t-shirts ou des autocollants réclamant la « Justice @ Quebecor ».

## LA CAMPAGNE MONDIALE

Un quatrième volet s'est ajouté à la campagne lorsque le syndicat a hissé sa campagne à l'échelle mondiale en y faisant participer des syndicats de Quebecor World en Europe et en Amérique latine. Le SICG avait déjà des relations avec ces syndicats par l'entremise de l'Internationale des réseaux syndicaux (UNI). En 2001, l'UNI a créé un groupe de travail sur Quebecor dont le mandat était de mener une campagne pour une entente mondiale sur les normes du travail. Par coïncidence, ce groupe de travail était dirigé par Duncan Brown du SICG.

En décembre 2003, une Conférence mondiale de solidarité à Quebecor tenue à Memphis, au Tennessee, a rassemblé ces deux campagnes - la campagne pour les droits de syndicalisation aux États-Unis et la campagne mondiale pour une entente mondiale sur les normes du travail.

Plus de 120 délégués et déléguées de 14 pays, y compris des travailleurs et travailleuses de Quebecor de France, d'Espagne, du Brésil, de la Grande-Bretagne, du Chili, du Pérou, de l'Argentine, du Canada, de la Belgique, du Mexique et des États-Unis, ont participé à cette conférence historique. Les délégués et déléguées y ont discuté des problèmes auxquels ils doivent faire face dans leur usine de Quebecor World et ont écouté les travailleurs et travailleuses du Tennessee, du Nevada et du Mississippi qui tentent de se syndiquer. Une stratégie commune a été développée pour faire pression sur l'entreprise à l'échelle mondiale, et la campagne « Justice @ Quebecor » a été officiellement lancée.

Les délégués et déléguées ont non seulement participé à cette conférence mais aussi passé deux jours à rendre visite aux travailleurs et travailleuses à leur domicile au Tennessee et au Mississippi et ont tenté de rencontrer les dirigeants locaux à leur usine. Lors du dernier jour, un important rassemblement s'est tenu à Memphis pour commémorer la Journée internationale des droits de la personne sous le thème « Les droits des travailleurs et travailleuses sont des droits de la personne ! ».

La conférence a été suivie d'une série de « journées de solidarité » au cours desquelles les travailleurs et travailleuses des usines de Quebecor du monde entier portaient des autocollants « Justice @ Quebecor », signaient des pétitions pour revendiquer les droits du travail à l'échelle mondiale, et, dans certains cas, tenaient des rassemblements à leur propre usine.

Les syndicats internationaux ont eux aussi joué un rôle dans la pression mise sur les clients de Quebecor. Le syndicat suédois de l'imprimerie a fait pression sur Ikea, détaillant de meubles suédois et important client de Quebecor World. Un syndicat espagnol a, quant à lui, réclamé que Telefonica, entreprise de téléphonie espagnole et autre client de taille de Quebecor World, insiste pour que l'entreprise respecte les droits de ses travailleurs et travailleuses de se syndiquer.

Enfin, après près de deux ans, Quebecor a réagit. Une série de rencontres entre les représentants et représentantes de l'entreprise et ceux du SICG et de la FAT-COI ont commencé. Entre temps, l'entreprise a également accepté de rencontrer les membres d'un comité de l'UNI pour discuter d'une entente mondiale sur les normes de travail.

En mai 2005, l'entreprise a signé une convention avec la Graphic Communications Conference des Teamsters (GCC/IBT) - le SICG avait alors

fusionné avec les Teamsters aux États-Unis – stipulant qu'elle ferait preuve de neutralité, qu'elle ne s'immiscerait ni s'opposerait pas aux efforts faits par ses employés et employées pour se syndiquer. Le protocole d'accord de 24 pages comprenait le texte suivant :

L'employeur ne devra émettre aucun commentaire ni ne prendre aucune action témoignant de son opposition à la syndicalisation. L'employeur ne devra pas faire de remarques dénigrantes au sujet du syndicat ou de ses représentants et représentantes. L'employeur ne devra pas déclarer ni préconiser que ses employés et employées ne devraient pas soutenir leur représentation par un syndicat. Aucun employé ou employée syndiqué de l'employeur ne doit être traité de « tierce partie » ou de « tiers ».

L'accord a également permis l'adoption d'une procédure de vote gérée par un arbitre choisi d'un commun accord plutôt que par le NLRB.

Quelques mois après la signature de l'accord, le GCC/IBT a syndiqué plus de 200 travailleurs et travailleuses de l'usine de Quebecor à Fernley, au Nevada, puis, un mois plus tard, quelque 250 travailleurs et travailleuses de l'usine de Quebecor à Versailles, au Kentucky ont également voté en faveur de l'adhésion au GCC/IBT.

## CONCLUSIONS

Au Canada, les syndicats ne font pas face à la même crise qu'aux États-Unis et ne se heurtent pas au même niveau d'hostilité des employeurs. Néanmoins, le taux de syndicalisation a baissé au Canada et reculera encore davantage à moins que les syndicats canadiens ne consacrent plus de ressources et d'énergie à la syndicalisation. De nouvelles stratégies et tactiques sont nécessaires pour contrer les offensives de plus en plus nombreuses des employeurs et pour voir à ce que le mouvement syndical canadien poursuive sa croissance. Il est clair que les stratégies syndicales ont un effet de taille sur le succès des campagnes de syndicalisation (Bronfenbrenner 1999; Nissen 1999; Fantasia & Ross 2004; Yates 2000).

Bien que chaque campagne soit différente et que chaque campagne nécessite des stratégies différentes, bon nombre des stratégies employées par la campagne Quebecor World pourraient rendre service aux syndicats canadiens qui veulent gagner en nombre et en pouvoir de négociation. Ces stratégies comprennent :

- Ciblage stratégique : Des usines ciblées ont été choisies en raison de leur importance stratégique et non pas parce qu'elles étaient « chaudes » à l'idée de se syndiquer. En fait, même si le SICG avait mené des campagnes dans de bon nombre de ces usines par le passé, l'expérience prouve que l'appui accordé au syndicat n'est pas nécessairement plus important dans les usines où ce sont les travailleurs et travailleuses qui ont approché le syndicat que dans les usines où il n'y a jamais eu d'approche.
- Agents et agents de syndicalisation membres de la base : presque tous les agents et agents de syndicalisation de cette campagne étaient des membres de la base du SICG qui ont été trouvés par l'entremise du programme de



formation de l'institut de recrutement. Même si le SICG aurait préféré avoir des recruteurs et recruteuses plus expérimentés pour coordonner la campagne, il a été décidé de ne pas avoir recours aux personnel de syndicalisation « professionnel » formé selon les anciennes méthodes.

- Création de vastes comités représentatifs : Dans les usines ciblées, de 8 à 15 pour cent des travailleurs et travailleuses faisaient partie du comité. Les membres du comité exprimaient publiquement leur appui à l'égard du syndicat. Une formation intensive et suivie a été donnée avec l'aide des comités et l'on a particulièrement consacré beaucoup de temps à informer les membres et à leur ouvrir les yeux quant aux tactiques antisyndicales de l'employeur.
- Porte à porte : La communication individuelle était la méthode la plus employée pour joindre les travailleurs et travailleuses. Aucune documentation n'était distribuée sauf par les comités internes eux-mêmes au sein des usines. Plus de 70 pour cent des employés et employées des usines ont reçu une visite à domicile au moins une fois.
- Mobilisation des membres : Il a été stratégiquement décidé de mobiliser les membres du SICG travaillant à Quebecor World pour appuyer la campagne de recrutement. Beaucoup de travail de sensibilisation a été accompli auprès des dirigeants et dirigeantes des sections locales sur le lien qui existe entre leur pouvoir de négociation et la syndicalisation pour qu'ils comprennent qu'il est dans leur intérêt de soutenir les campagnes de recrutement. Le fait que tant que membres de la base du SICG se soient impliqués dans cette campagne et qu'ils en aient retiré une nouvelle énergie a aussi permis d'alimenter la campagne politiquement au sein du syndicat et a commencé à donner naissance à une culture militante au sein du syndicat.
- Utilisation de leviers : le fait de passer à l'offensive contre l'entreprise en parlant directement à ses clients, à ses actionnaires et à des dirigeants et dirigeantes communautaires a obligé l'entreprise à accepter une procédure de vote impartiale et équitable.
- À l'échelle mondiale : La campagne mondiale a permis au SICG d'utiliser l'influence des syndicats d'Europe et d'Amérique latine pour faire pression sur l'entreprise. En fusionnant la campagne de l'UNI pour des normes internationales de travail à la campagne de syndicalisation du SICG, la campagne mondiale est devenue plus qu'une simple campagne de solidarité ; c'était une véritable campagne mondiale.

## POST-SCRIPTUM

En octobre 2005, le GCC/IBT n'a pas réussi à obtenir une majorité de votes à l'usine de Quebecor à Covington, au Tennessee. Le syndicat soutient que l'entreprise a violé l'accord de neutralité en envoyant des lettres antisyndicales au domicile de ses travailleurs et travailleuses et en organisant des rencontres individuelles et des rencontres d'auditoire captif avec les travailleurs et travailleuses. Le syndicat a déposé 49 plaintes auprès de l'arbitre et a également intenté une poursuite civile pour violation de contrat par l'entreprise.

Par ailleurs, bien que l'entreprise ait accepté de rédiger un protocole sur les droits internationaux du travail avec l'UNI en septembre 2005, elle a depuis refusé

de signer cette même entente. L'UNI a transmis une lettre à Pierre Karl Peladeau, président-directeur général de Quebecor World, pour que l'entreprise signe ce qui avait été convenu.

La lutte continue.

## NOTES

- 
- <sup>1</sup> En 2005, le SICG a fusionné avec la Fraternité internationale des teamsters aux États-Unis. La majorité des sections locales du SICG a rejeté la fusion avec les Teamsters et a plutôt voté en faveur d'une fusion avec le Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (SCEP)
- <sup>2</sup> La récente séparation entre les deux entités de la FAT-COI et la mise sur pied de la « Change to Win Coalition » sont en grande partie attribuables au débat suivi sur la façon dont il faut rebâtir le mouvement syndical américain.

## RÉFÉRENCES

- BENTHAM, K. 1999, *Employer Resistance to Union Certification*, « Relations Industrielles/Industrial Relations », vol. 57, n°1, pp. 150 à 185
- BRONFENBRENNER, K et T. JURAVICH. 1998, *It Takes More Than House Calls To Win With A Comprehensive Union-Building Strategy*, « Organizing to Win », K. Bronfenbrenner et al., Ithaca et London, IRL Press
- CHAISSON, G et J. ROSE. 1991, *The Macrodeterminants of Union Growth and Decline The State of the Unions*, George Strauss et al., édition de 1991, Madison, Industrial Relations Research Association
- Statistique Canada. 2005 « Fiche sur la syndicalisation », *L'emploi et le revenu en perspective*, août 2005
- FANTASIA, R. et K. ROSS. 2004, *Hard Work – Remaking the American Labor Movement*, Berkley et Los Angeles, University of California Press
- JACKSON, A et S. SHETAGNE. 2003, *Solidarité à jamais ? Une analyse des changements du taux de syndicalisation 2003*, Rapport de recherche n° 25 du Congrès du travail du Canada
- NISSEN, Bruce.1999 *Which Direction for Organized Labor*, Detroit, Wayne State University Press
- RIDDELL, C et W.C. RIDDELL. 2001, *Changing Patterns of Unionization: the North American Experience, 1984-1998*, University of British Columbia Department of Economics Working Paper 2001
- YATES, C. 2000, *Staying the Decline in Union Membership Organizing in Ontario, 1985-1999*, « Relations Industrielles/Industrial Relations », vol. 55, n°4 pp. 640 à 675