



CAMPAGNE DE RELANCE POST-PANDÉMIE

Le travail, mais
en mieux!

Ok, mais ça sort d'où cette campagne?

- Proposition du 66^e Congrès
- Consultation auprès des syndicats



NOUS AVONS ÉCHANGÉ ET NOUS NOUS SOMMES ÉCOUTÉS



- Dans les conseils centraux
- Dans certaines instances fédératives et en conseil confédéral
- Lors de manifestations nationales



OBJECTIFS

- **Objectifs généraux**

- Développer le rapport de force de la CSN sur les enjeux entourant l'après-pandémie et obtenir des gains
- Augmenter la mobilisation des organisations et des syndicats affiliés

- **Sous-objectifs**

- Favoriser la cohésion politique du mouvement
- Augmenter les connaissances des organisations affiliées et des membres sur l'organisation syndicale et la mobilisation
- Favoriser l'adhésion, le plus largement possible, aux revendications de la confédération



○ RÉSULTATS ÉTONNANT OUI ET NON....

- Les pénuries et les raretés de main-d'œuvre
- Les conditions de travail

- Leurs effets se font sentir sur nos membres, les conséquences sont multiples et les solutions du patronat n'enrichissent d'aucune façon la population du Québec



CAMPAGNE SUR 5 AXES

- ❖ Faire du bien-être et de la santé-sécurité au travail une priorité nationale
- ❖ Garantir des emplois de qualité et bien rémunérés
- ❖ Miser sur l'apprentissage tout au long de la vie
- ❖ Rendre le marché du travail plus inclusif
- ❖ Impliquer les travailleuses et les travailleurs dans les changements en milieu de travail

**LE
TRAVAIL**

**MAIS EN
MIEUX**



**MON
TRAVAIL
NOTRE
TRAVAIL
LE
TRAVAIL**

FAIRE de la santé et de la sécurité une priorité nationale
GARANTIR des emplois de qualité
MISER sur l'apprentissage



**MAIS EN
MIEUX
MAIS EN
MIEUX
MAIS EN
MIEUX**

RENDRE le marché du travail inclusif
S'IMPLIQUER dans les changements
en milieu de travail



CONCEPT VISUEL



- Nous voyons nos milieux de travail de la même manière qu'un iris en croissance. La campagne Le travail mais en mieux vise à porter des revendications communes au premier plan pour permettre à notre société d'évoluer, pour qu'elle nous ressemble. L'iris, qui symbolise notre identité collective, témoigne du lien qui existe entre nos ambitions et notre société. L'évolution en trois temps est aussi en lien avec l'évolution de notre discours. Nous proposons de passer du travail individuel que l'on traduit par mon travail à une version plus émancipée de la fleur et du bourgeon avec notre travail. En outre, la dernière image sous-entend que ce n'est qu'en unissant nos messages et nos forces que nous pouvons réellement faire fleurir notre société et changer le travail dans son entièreté.
- Ce visuel illustre notre volonté de faire grandir et fleurir le monde du travail pour représenter notre vision du Québec. Il s'inscrit aussi dans la continuité d'un travail déjà amorcé par la CSN avec la campagne Refusons l'austérité, laquelle utilisait aussi l'emblème nationale pour appuyer les demandes des travailleuses et des travailleurs.

CAMPAGNE INVERSÉE

- Rencontres des syndicats locaux
- Outils pour les comités régionaux
- Création d'un comité de coordination
- Diversité des tactiques, des actions
- Convergence des luttes régionales, sectorielles, nationales
- Écoute de vos besoins et soutien à la mise en œuvre d'un plan d'action

COMMENT ON FAIT ÇA?

- Ateliers sur la préparation de plans de travail personnalisés aux besoins des syndicats
- Accompagnement des syndicats par le SAMVR-CSN
- Affiches pour les milieux de travail
- Brochures explicatives de la campagne
- Site Web : <https://www.csn.qc.ca/le-travail-mais-en-mieux/>
- Capsules vidéo : <https://vimeo.com/753324157>

On se mobilise et on passe à l'action!!!

QUELQUES EXEMPLES

- Financement communautaire



- Comité sur les relations interculturelles en milieu de travail



- Transition juste



- Accueil des nouveaux salariés





ET VOUS, QU'EST-CE QUI POURRAIT
AMÉLIORER VOTRE MILIEU DE TRAVAIL?