

10^e 12-16 octobre 2026
Congrès
filpac cgt
40 ans

Fédération des travailleurs
des industries du livre,
du papier et de la communication CGT

Projet de document d'orientation

• Mise à jour du 16 juillet 2026

DOCUMENT
D'ORIENTATION
2026

filpac cgt

www.filpac-cgt.fr

SOMMAIRE :

Préambule

/ 1 /

De la montée des autoritarismes d'État à l'avènement des fascismes

Chapeau général de la situation politique et sociale en France et dans le monde

/ 2 /

Proclamer la renaissance d'un syndicalisme de l'urgence sociale, de l'entraide et de la solidarité

Le syndicalisme Filpac CGT à mettre en œuvre pour construire notre avenir

/ 3 /

Réimpulser une démarche revendicative Filpac CGT de l'entreprise au niveau mondial

Réalités et perspectives dans nos champs professionnels par filière :

Industries (papetières, graphiques)

Services (information, communication, édition...)

PRÉAMBULE

- P.1** Le 10^e congrès de la Filpac CGT se tient dans une conjoncture économique, sociale, environnementale et démocratique d'une gravité sans précédent, où le capitalisme financiarisé, dans sa phase agressive et prédatrice, déploie contre le monde du travail une offensive d'ensemble, méthodique, multiforme et sans répit. Offensive qui vise à détruire les fondements mêmes des conquêtes sociales arrachées par les luttes des générations précédentes, à désarmer les organisations syndicales, à fragmenter les collectifs de travail, à individualiser les parcours professionnels, à précariser les emplois, à comprimer les salaires, à allonger le temps de travail, à remettre en cause les protections sociales et les services publics, à affaiblir les libertés syndicales et démocratiques, et à imposer partout une logique de rentabilité comptable et de profit immédiat qui fait fi des besoins humains et des exigences écologiques.
- P.2** Cette offensive n'est pas le fruit du hasard ni de la fatalité économique. Elle procède d'un choix politique et social clair : celui d'un système qui veut tout transformer en marchandise, tout soumettre à la loi du marché, tout organiser au seul service des actionnaires et des intérêts financiers, depuis la production industrielle jusqu'à la diffusion de l'information, depuis l'extraction des matières premières jusqu'à leur recyclage, depuis la santé et l'éducation jusqu'à l'énergie et l'eau, depuis la naissance jusqu'à la mort.
- P.3** Dans ce cadre, les attaques contre le syndicalisme sont au cœur de la bataille. Depuis la mise en place des CSE, qui éloignent les représentants du personnel des réalités du travail quotidien, jusqu'à la poursuite de la fusion des conventions collectives, l'inversion de la hiérarchie des normes, la marginalisation des négociations de branche, la remise en cause des moyens syndicaux, la banalisation des licenciements de délégués, la répression des mobilisations et la pression permanente sur les organisations de proximité, tout concourt à réduire l'espace d'intervention syndicale dans les entreprises, à affaiblir notre capacité de résistance et à nous enfermer dans un dialogue social sans rapport de force ni perspective de conquête.
- P.4** Dans nos champs professionnels, cette offensive se traduit par des restructurations permanentes, des concentrations accélérées, des fermetures de sites, des suppressions massives d'emplois, des externalisations, des sous-traitances et des logiques de délocalisation. La

numérisation qui nous est imposée, loin d'être un progrès technique neutre, sert de prétexte à la casse des métiers, à la déqualification, à la précarisation des statuts, à la fragmentation des collectifs et à la perte de contrôle des salariés sur le contenu et l'organisation de leur travail. Les employeurs font payer au monde du travail leurs choix stratégiques, leurs paris financiers hasardeux et leur abandon de toute ambition industrielle au service des besoins sociaux et culturels.

Le télétravail généralisé, les plateformes numériques, l'auto-entrepreneuriat, le travail à la tâche, la sous-traitance en cascade et l'ubérisation ne constituent pas des perspectives d'émancipation : ils deviennent les nouveaux outils d'un retour brutal à l'exploitation primitive, à l'isolement, au mal-travail, à l'épuisement professionnel et à la perte de sens du travail. **P.5**

L'actualité sociale de 2026 confirme l'acuité de nos analyses et l'urgence de nos combats. Les salaires restent insuffisants face à l'inflation et à la dégradation du pouvoir d'achat. Les retraites demeurent un enjeu majeur, avec des attaques répétées contre le système par répartition. Les politiques budgétaires prolongent l'austérité, fragilisent les services publics et la Sécurité sociale. La CGT rappelle que la lutte continue sur les salaires, l'emploi, les retraites et les libertés syndicales, alors que les mobilisations des retraités et des salariés expriment un refus profond de la régression sociale. **P.6**

Face à cette situation, nous affirmons avec force qu'il n'existe pas de troisième voie dans la lutte des classes. Ou bien le syndicalisme demeure un outil de transformation sociale, de résistance, de conquête et d'émancipation, ou bien il se dissout dans l'accompagnement de la régression, la gestion loyale du renoncement et le dialogue social sans rapport de force. Nous choisissons la première voie. Le 10^e congrès de la Filpac CGT doit donc être un congrès de clarté, d'exigence et d'offensive syndicale. Clarté sur la nature des attaques. Exigence dans nos revendications. Offensive pour renforcer l'activité fédérale et nos syndicats. C'est à cette tâche que notre fédération entend consacrer toutes ses forces. **P.7**

Les régimes deviennent de plus en plus autoritaires, avec une pensée unique imposée par la force, la peur et la division.

/1/ • DE LA MONTÉE DES AUTORITARISMES D'ÉTAT À L'AVÈNEMENT DES FASCISMES

Chapeau général (situation politique et sociale en France et dans le monde)

1.1 Les libertés individuelles et collectives ne valent que si elles sont compatibles avec les intérêts du capital financier : rien ne doit entraver la loi du marché, la rentabilité immédiate, la libre circulation des capitaux et des marchandises. Le droit de manifester, de se réunir, de s'exprimer librement est régulièrement réprimé, criminalisé, surveillé. Quand la démocratie libérale devient un frein pour les actionnaires, le pouvoir n'hésite pas à recourir à la force brute : état d'urgence permanent, lois sécuritaires, militarisation de la société, policarisation du quotidien. Cette dérive autoritaire s'est accélérée depuis 2020 et s'amplifie en 2026. Sous la présidence de Trump, réélu en 2024, les États-Unis voient s'installer un régime populiste-autoritaire qui combine ultralibéralisme économique et répression sociale. En France, malgré les élections législatives de 2024 et les gouvernements successifs, la continuité du macronisme perdure dans l'austérité budgétaire, la casse des services publics et la répression des mouvements sociaux. L'Union européenne, sous présidence tournante, allemande puis française impose ses directives de « réduction des normes » (REFIT) et ses traités de libre-échange qui font primer le commerce mondial et mondialisé sur les droits des travailleurs.

1.2 Le numérique est le fer de lance de cette surveillance généralisée : reconnaissance faciale en temps réel, algorithmes prédictifs de « risque social », fichage des opinions politiques sur les réseaux sociaux, interception systématique des communications numériques, censure algorithmique des contenus critiques. Les régimes deviennent de plus en plus autoritaires, avec une pensée unique imposée par la force, la peur et la division.

1.3 Pour les secteurs du capital en crise profonde, la résurgence du fascisme – sous des formes nouvelles, populistes, nationalistes, techno-autoritaires ou souverainistes – apparaît comme la réponse ultime à l'impasse du capitalisme.

1.4 Cette montée vers l'autoritarisme s'accompagne d'une explosion des tensions mondiales : prolifération des armes nucléaires tactiques et hypersoniques, budgets militaires records (1 400 milliards de dollars prévus en 2026 selon le SIPRI), conflits multiples de haute intensité (Ukraine, Moyen-Orient, Taïwan, Afrique subsaharienne...).

La violence sociale n'est pas nouvelle, mais sa banalisation l'est 1.5

La violence dans l'histoire sociale de la France n'est pas nouvelle, mais la banalisation des violences policières (1000 blessés graves par LBD depuis 2018), les interdictions arbitraires de manifester, la criminalisation du syndicalisme, la militarisation du quotidien, sont le signe d'une radicalisation du pouvoir. Pourtant, la véritable violence reste celle du capital. Salaires insuffisants malgré l'inflation en 2025-2026, précarisation des jeunes générations (40 % des moins de 25 ans en CDD ou intérim), 1 300 morts au travail par an, conditions dégradées, burn-out de masse, mal-travail généralisé. 1.6

Le syndicalisme de classe et de masse : unique rempart contre la guerre sociale 1.7

L'éloignement des représentants du personnel, la marginalisation des négociations collectives de branche, la pression constante sur les moyens syndicaux, la banalisation des sanctions contre les délégués, tout concourt à réduire l'espace syndical dans les entreprises. Le pseudo « dialogue social » permanent remplace la revendication, les élections TPE/PMI remplacent la lutte des classes, la lutte des places déchire l'unité syndicale. L'unique rempart et arme de conquêtes sociales dans cette guerre sociale planétaire, contre les fascismes de tout genre et les autoritarismes d'État, demeure le syndicat de transformation sociale. 1.8

/2/ • PROCLAMER LA RENAISSANCE D'UN SYNDICALISME DE L'URGENCE, DE L'ENTRAIDE ET DE LA SOLIDARITÉ

RENFORCER UN SYNDICALISME DE L'URGENCE, DE L'ENTRAIDE ET DE LA SOLIDARITÉ 2.1

• Les employeurs nous aiment seuls, culpabilisés, apeurés, ayant intégré nos faiblesses professionnelles comme des arguments de baisse du prix du temps de travail. 2.2

• La fonction du syndicat comme coordination des intérêts individuels et collectifs s'illustre parfaitement par la convention collective, qui a une valeur légale nationale et dont les termes sont évalués en permanence, selon des rendez-vous obligatoires avec les employeurs d'une même branche professionnelle. 2.3

• L'utilité de la communauté salariale se vérifie collectivement. Mais comment le collectif se réunit-il, entre-t-il en contact, et communique-t-il ? 2.4

- 2.5 • Le syndicalisme comme lieu de vie - Si l'entreprise est un endroit incontournable pour l'employeur (regardez leur acharnement à revenir sur le télétravail), la considération à l'égard du lieu évolue.
- 2.6 • Des lieux numériques qui doivent supporter le lien syndical permanent. Des lieux de la localité d'habitation comme renaissance des Bourses du travail.
- 2.7 • Se multiplient des lieux collectifs de travail sur le quartier, pourquoi pas le même effort pour des lieux de solidarité et d'entraide ? À nous d'agir !

2.8 FACE À LA RADICALISATION DES EMPLOYEURS

- 2.9 • La communauté des salariés est employée par des patrons qui pour beaucoup sont en même temps, dans leur activité professionnelle, des agents de l'extrême droite et postulent à être membres du pouvoir politique : pas seulement les milliardaires Bolloré, Arnault, Stérin, Dassault, Bouygues... Toute une classe patronale, petits, grands et moyens, a opté pour la bascule vers l'extrême droite.
- 2.10 • La communauté syndicale, constituée autour d'intérêts communs, est tenue de s'opposer à toute instrumentalisation de l'entreprise par l'employeur visant à en faire un outil de propagation des idées d'extrême droite.
- 2.11 Ce n'est pas une option, la « politisation » du syndicat, quand on travaille chez Fayard, ou dans une quelconque des maisons d'édition de Bolloré, par exemple.
- 2.12 Ce n'est pas une option de prendre en compte la multiplication des titres d'extrême droite vendus en kiosque, des sites et autres supports qui militent contre un syndicalisme social pour un libéralisme trumpien.

2.13 LA RELATION DES SALARIÉS ET LA CGT AVEC LA SOCIÉTÉ

- 2.14 LES SYNDICATS, LIEUX DE CULTURE DU COLLECTIF RELATION À L'ORGANISATION - Dans les faits, pour une grande proportion des adhérents, le rapport à leur organisation est très ténu. Une très large majorité des membres ne participent pas aux activités militantes, lisant au mieux les mails et la presse, entretenant le plus souvent un rapport instrumental à l'organisation en attendant d'elle des services, en particulier juridiques.
- 2.15 La participation aux réunions syndicales, lorsque celles-ci ont lieu, n'implique donc qu'un nombre réduit de syndiqués, en règle générale celles et ceux qui ont accepté de prendre des mandats.
- 2.16 Dans la CGT, une fraction non négligeable de syndiqués (autour de 15 %) sont isolés sur leur lieu de travail, ce qui veut dire qu'il n'existe pas de syndicat ou de section CGT dans leur établissement.
- 2.17 Ces salariés n'ont donc pas accès à des espaces de discussion proprement syndicaux, à moins de s'investir de façon volontariste dans l'union locale interprofessionnelle de leur territoire.
- 2.18 Ces situations d'isolement rendent très compliqué pour des travailleurs dépourvus de connaissances préalables

Ces situations d'isolement rendent très compliqué pour des travailleurs dépourvus de connaissances préalables de l'univers syndical, le fait d'y trouver leur place, faute d'espace pour se familiariser progressivement.

de l'univers syndical, le fait d'y trouver leur place, faute d'espace pour se familiariser progressivement.

ROUTINE - Le quotidien de l'activité syndicale dans les entreprises se réduit ainsi le plus souvent à la routine des élus et des délégués syndicaux qui ont à préparer les réunions du comité social et économique (CSE) ou des négociations avec la direction.

• Campagnes électorales - Elle prend une forme un peu différente lorsqu'il s'agit de préparer les élections professionnelles et de convaincre les salariés de voter pour telle ou telle liste. Les campagnes électorales peuvent être l'occasion de faire la tournée des ateliers ou des bureaux et de repérer des situations problématiques, mais elles créent rarement de véritables espaces de discussion.

• Équipes syndicales - un certain nombre d'équipes militantes, en particulier là où perdure un héritage syndical, s'efforcent de recueillir régulièrement l'avis des salariés, organisant par exemple des consultations sur les négociations en cours, distribuant des tracts qui rattachent les évolutions dans l'entreprise à des enjeux plus larges. Mais ces démarches sont aujourd'hui trop rares.

LIEU D'APPRENTISSAGE - C'est pour un noyau assez réduit de militants, membres de gros syndicats d'entreprise et/ou actifs.

• Lieu de socialisation - Les syndicats sont un lieu d'apprentissage de la prise de parole en public, de conduite de débats, de construction d'argumentation.

Présenter la situation de sa boîte devant les autres délégués, écouter le rapport d'activité, discuter des orientations à venir constitue une façon de monter en généralité à partir de son expérience professionnelle.

Pour des militants investis à l'échelle locale ou dans leur secteur professionnel, le syndicalisme constitue encore aujourd'hui une véritable école de formation. Il leur donne en particulier un plus grand sentiment de légitimité à intervenir, à partir de leur expérience de travail, sur différents sujets.

DÉFICIT DE POLITISATION - Mais cette acquisition d'un sentiment de compétence ne se traduit cependant pas nécessairement par une plus forte politisation.

Néanmoins, l'ensemble des syndicats peinent aujourd'hui à introduire directement des sujets considérés comme politiques dans leur formation, tant ceux-ci semblent

éloignés des exigences de l'activité syndicale au quotidien dans les instances.

2.27 **FORMATION ?** L'objectif de conférer un contenu plus politique aux formations syndicales – au sens de donner des outils critiques aux militants pour analyser les formes prises par le capitalisme, mais aussi pour comprendre les rapports d'exploitation et de domination.

2.28 Cet objectif est beaucoup moins présent dans des organisations où l'activité syndicale est davantage pensée sous le signe de l'expertise et d'une professionnalisation au service du « dialogue social ».

2.29 Pour autant la formation syndicale donne l'occasion à des militants de mettre en mots ce qu'ils vivent dans le travail, et, lorsqu'il s'agit de stages interprofessionnels, de rapprocher leur vécu d'autres situations.

2.30 La Filpac CGT, forte d'une activité formation importante, en a fait une activité prioritaire depuis ces dernières années et projette de nouveaux développements pour le mandat à venir.

2.31 **LES PROTOCOLES D'ACCORDS PRÉ-ELECTORAUX (PAPE)** : une porte d'entrée pour l'implantation syndicale et la syndicalisation

2.32 Accélérer notre plan de syndicalisation avant le prochain cycle électoral qui arrive et s'attaquer plus particulièrement au 2^e et 3^e collège. Nous devons revenir majoritaire dans les branches afin d'être incontournable dans la négociation. Pour ce faire la négociation des PAPE est un moment important et nous devons y être plus présents afin d'imposer notre « marque CGT » et installer de nouvelles bases. C'est grâce à notre présence sur le terrain que nous nous renforcerons.

2.33 **LES EFFETS DE DÉCENNIES DE DÉPOLITISATION DES PRATIQUES SYNDICALES EN ENTREPRISE**

2.34 Difficulté majeure constatée depuis ces dernières années : ces espaces de participation internes aux syndicats sont le plus souvent vécus comme des univers spécialisés, fortement séparés et distincts de l'univers politique.

2.35 Existence des difficultés à relayer auprès des salariés des mots d'ordre qui semblent extérieurs à l'entreprise, sans qu'un travail préalable de politisation des expériences de travail n'ait été réalisé.

2.36 • Individualisation des rapports à la DRH - Le travail de sape contre les collectifs de travail mené par la direction dans une entreprise où les syndicats sont combatifs, via le recours à des systèmes de primes et d'entretiens individuels.

2.37 • Les syndicats peinent de plus en plus à produire du collectif. Confrontés à la fois à l'idéologie diffuse des dispositifs managériaux et au maintien de logiques discriminatoires contre les syndiqués, ils éprouvent de grandes difficultés à convaincre les salariés que des alternatives existent à la mise en concurrence permanente et à la recherche de compétitivité.

2.38 • La dégradation des conditions de travail a également fragilisé les bases d'un travail syndical de politisation.

• Cet accommodement à l'ordre économique néolibéral, qui ne signifie pas forcément son acceptation, contribue au fait que l'entreprise n'est plus investie comme un espace où des conflits sont possibles, où des revendications peuvent aboutir. 2.39

PEUR - Les difficultés à articuler le vécu quotidien au travail en termes de choix portés par un parti ou effectués par un gouvernement, tiennent aussi en partie aux réserves des militants. 2.40

Une partie d'entre eux craignent de voir leur action disqualifiée, d'être étiquetés comme faisant de la politique, alors que toutes les organisations syndicales valorisent, dans leurs discours, la nécessité de l'autonomie par rapport à la sphère partisane. 2.41

L'évolution de la CGT est très significative de ce point de vue. Dès la deuxième moitié des années 1990, à la suite de l'effondrement du bloc de l'Est mais aussi du déclin électoral du PCF, la direction de la confédération a porté une stratégie visant à renforcer l'investissement dans le domaine des relations professionnelles. Sans disparaître complètement, la lutte des classes et la défense de la classe ouvrière ont été remplacées par une référence plus large au salariat. 2.42

CLASSE, PAS CATÉGORIE - Soucieuse de s'adresser aussi aux professions intermédiaires, aux techniciens, ingénieurs et cadres, la CGT ne met pas aujourd'hui particulièrement en avant les classes populaires comme actrices du changement social et politique. 2.43

Cet affaiblissement des repères idéologiques, couplé à la disparition de la formation intellectuelle qu'assurait auparavant le PCF pour un grand nombre de cadres de l'organisation, a marqué toute une génération de responsables. 2.44

Peu d'entre eux se sentent assez outillés pour mener sur le terrain un travail d'analyse politique qui soit pleinement ancré dans les expériences de travail. 2.45

Danger majeur, la politique est ainsi présentée soit comme extérieure au syndicalisme (comme un domaine qui risque de le dénaturer et de mettre en péril un ancrage large au sein du salariat), soit comme une trame cachée, réservée aux initiés. 2.46

POLITISATION ET STRUCTURATION L'ACTION, LA GRÈVE, LA POLITISATION 2.47

Des processus de politisation se produisent dans le travail, lors de séquences de mobilisation, lorsque le recours à la grève permet de suspendre le rapport de subordination à l'employeur et de faire vivre des espaces de discussion. 2.48

C'est peut-être moins le cas lors des grands mouvements interprofessionnels constitués uniquement de journées d'action espacées. Les salariés ont alors tendance à rester chez eux ou à participer uniquement à la manifestation. 2.49

Les difficultés à tenir des assemblées générales sur les lieux de travail ont ainsi marqué le mouvement social de 2023 contre la réforme des retraites. 2.50

2.51 LE RÔLE DE L'ESPACE HORS LES MURS DE L'ENTREPRISE (UL, LOCAL EN VILLE)

2.52 Une des clefs de cette politisation est de combiner un engagement au sein de son établissement et un engagement hors les murs de l'entreprise, dans les structures interprofessionnelles locales.

2.53 Les salariés trouvent dans l'union locale un espace protégé, d'une part, pour se rencontrer – ce qui est rendu difficile par leurs horaires et la pression quotidienne en raison du manque de personnel – et, d'autre part, pour parler de leur travail.

2.53 S'élaborent peu à peu des revendications, tout en partageant des moments de convivialité et de fraternité. Il s'agit de créer hors du lieu de travail des espaces de mise en commun des expériences de travail, de critique, mais aussi des espaces de sociabilité.

2.54 REPRENDRE L'OFFENSIVE SYNDICALE

2.55 Pour une Filpac CGT forte de 11 500 syndiqués. Si la renaissance du syndicalisme d'urgence, d'entraide et de solidarité est notre horizon, sa force repose d'abord sur celles et ceux qui le font vivre, les syndiqués. Aucune orientation, aucune action, aucune résistance n'a de portée réelle si nous ne sommes pas plus nombreux à la porter.

2.56 Recruter n'est pas une tâche administrative ou accessoire : c'est un acte politique majeur. Faire adhérer, c'est permettre à une salariée, à un salarié, de sortir de l'isolement et de choisir consciemment le camp du travail contre celui du capital. C'est créer un lien d'engagement, de confiance et de fierté dans la CGT, dans la Filpac CGT, dans ses syndicats et sections. C'est transformer l'indignation individuelle en force collective organisée.

2.57 Dans nos métiers de l'information, de l'imprimerie, de la communication et du papier, cette bataille prend une portée particulière :

2.58 • *défendre le sens même du travail face à la logique purement financière ;*

2.59 • *défendre la liberté d'informer face aux concentrations médiatiques ;*

2.60 • *défendre les savoir-faire industriels face aux délocalisations et à la soustraitance ;*

2.61 • *défendre la dignité des salariés face à la précarisation.*

2.62 Chaque carte syndicale est une prise de position en faveur d'un modèle social plus juste. Chaque nouvelle adhésion renforce notre capacité à négocier, à mobiliser, à gagner.

Faire adhérer, c'est permettre à une salariée, à un salarié, de sortir de l'isolement et de choisir consciemment le camp du travail contre celui du capital.

UN OBJECTIF COLLECTIF ET FÉDÉRATEUR : 11 500 ADHÉRENTS ACTIFS

La Filpac CGT revendique aujourd'hui plusieurs milliers d'adhérents. Porter ce nombre à 11 500 d'ici la fin du prochain mandat n'est pas un slogan, c'est un cap stratégique de reconquête du salariat de nos filières.

Atteindre 11 500 syndiqués, c'est :

• *consolider notre représentativité ;*

• *sécuriser nos moyens d'action ;*

• *renforcer notre crédibilité dans les négociations de branche et d'entreprise ;*

• *élargir notre capacité de mobilisation nationale.*

Cela suppose un effort planifié, collectif et outillé ; une présence renforcée dans chaque entreprise, chaque territoire, chaque réseau numérique ; une culture partagée du développement syndical.

MIEUX CONNAÎTRE NOTRE RÉALITÉ : ANALYSE DE LA SYNDICALISATION 2021-2024

Pour donner tout son sens à l'objectif des 11 500 syndiqués, nous devons partir de ce que nous sommes réellement aujourd'hui. Sur la période 2021-2024, notre nombre total d'adhérents (actifs + retraités) est passé de 12 174 à 10 583, soit une perte nette de 1 591 cartes en quatre ans. Évolution annuelle :

• 2021 > 2022 : 12 174 > 11 296 ≈ -7,2 %

• 2022 > 2023 : 11 296 > 10 426 ≈ -7,7 %

• 2023 > 2024 : 10 426 > 10 583 ≈ +1,5 %

Lecture politique :

• 2021-2023 : cycle de recul marqué, avec plus de 1 700 cartes perdues.

• 2024 marque une inflexion positive. Nous ne baissons plus, nous regagnons du terrain.

On reste toutefois en dessous du niveau de 2021-2022. La bataille est engagée, mais la reconquête n'a pas encore effacé les pertes accumulées.

En 2024, nous comptons 8 329 actifs syndiqués et 1 825 retraités, ces derniers représentant 17,2 % de nos effectifs. Cette base retraitée joue un rôle d'amortisseur dans un contexte où, au niveau national, la population de retraités augmente et reste fortement concernée par les enjeux de pensions, de santé et de services publics.

Structure des actifs :

• Ouvriers/employés : 7 414 / 8 329 ≈ 89 % des actifs.

• UGICT : 914 / 8 329 ≈ 11 %.

• Privés d'emploi : 1 seule carte.

Nous restons profondément ancrés dans les catégories populaires de nos secteurs, mais nous accusons un retard préoccupant dans la syndicalisation des cadres, techniciens, journalistes et professions intermédiaires, alors que ces catégories pèsent de plus en plus lourd dans le salariat. Notre quasi-absence auprès des privés d'emploi, des alternants, des pigistes et autres précaires traduit une rupture d'adhésion dès que la relation de travail se fragilise (licenciements, fins de CDD, périodes de chômage), alors que ce sont des moments où le besoin de protection syndicale est maximal.

- 2.81 Cette tendance de fond – recul 2021-2023, légère remontée en 2024, dépendance à la syndicalisation ouvriers-employés et retraitée, faiblesse côté UGICT et privés d'emploi – fragilise notre rapport de force, notre représentativité et nos moyens syndicaux (résultats électoraux, heures de délégation, présence dans les CSE).
- 2.83 Sans inflexion forte, le risque est de voir l'écart se creuser entre le poids social de nos secteurs et nos effectifs réels, ce qui limiterait notre capacité à mener une véritable stratégie de reconquête par branches et par filières.
- 2.84 **Cette analyse chiffrée appelle donc trois exigences :**
- 2.85 • Sécuriser et amplifier l'inflexion de 2024 ; transformer la légère remontée en tendance lourde de progression, en consolidant la base existante.
- 2.86 • Faire un saut qualitatif sur la syndicalisation des Journalistes, Ingénieurs, Cadres et techniciens, avec des campagnes ciblées, des revendications spécifiques (charge mentale, télétravail, management, sens du travail) et des réseaux dédiés.
- 2.87 • Investir systématiquement les nouveaux espaces du salariat : plateformes, sous-traitance, télétravail, microstructures, en travaillant particulièrement les moments de rupture (chômage, restructurations) comme moments de syndicalisation.
- 2.88 C'est à partir de ce réel – et non de proclamations abstraites – que nous devons construire notre plan de déploiement fédéral.
- 2.89 **UN PLAN DE DÉPLOIEMENT FÉDÉRAL STRUCTURÉ ET OPÉRATIONNEL**
- 2.90 Pour atteindre cet objectif, nous proposons un plan de déploiement en quatre axes complémentaires, articulant stratégie nationale et initiatives locales.
- 2.91 **AXE 1 – CARTOGRAPHIER ET CIBLER LES POTENTIELS D'ADHÉSION**
- 2.92 Dès la fin de ce congrès, une cartographie précise devra être réalisée :
- 2.93 • entreprises d'impression, d'édition, de production et de transformation papier, plateformes numériques ;
- 2.94 • régies, agences de communication, studios graphiques ;
- 2.95 • sites industriels appartenant à des groupes internationaux. Il s'agira d'identifier :
- 2.96 • les lieux sans présence syndicale ;
- 2.97 • les entreprises où la CGT est absente des CSE ;
- 2.98 • les syndicats existants fragilisés ou en perte d'effectifs ; • les zones géographiques sous-organisées.
- 2.99 Objectif intermédiaire : augmenter de 20 % le nombre de syndicats actifs en deux ans, avec un plan d'implantation prioritaire sur les grands groupes et les bassins industriels stratégiques.
- 2.100 Rendre effective l'affiliation à l'UFICT-ILPAC et à l'UGICT-CGT de 100 % des ICTAM syndiqués relevant du champ fédéral.

AXE 2 – FORMER, OUTILLER ET ACCOMPAGNER LES ÉQUIPES MILITANTES 2.101

LE DÉVELOPPEMENT SYNDICAL NE REPOSE PAS SUR LA BONNE VOLONTÉ INDIVIDUELLE MAIS SUR UNE ORGANISATION COLLECTIVE.

Un plan de formation spécifique devra être déployé : 2.102

- techniques d'accueil et d'écoute ; 2.103
- argumentaire politique et professionnel ; 2.104
- fidélisation des adhérents ; 2.105
- structuration d'une section syndicale ; • animation de la vie syndicale. 2.106

Des journées fédérales et interrégionales de formation au déploiement syndical seront organisées chaque année. 2.107

Un kit fédéral du développement syndical sera élaboré : 2.108

- outils argumentaires adaptés à nos branches ; 2.109
- supports de communication prêts à l'emploi ; 2.110
- modèles d'organisation de campagnes d'adhésion. 2.111

Les unions locales, départementales seront mobilisées pour appuyer les sections, notamment dans les entreprises nouvellement implantées. 2.112

AXE 3 – INNOVER DANS LES FORMES DE SYNDICALISATION 2.113

LE SALARIAT CHANGE. NOUS DEVONS CHANGER NOS MÉTHODES.

Nos branches connaissent : 2.114

- intérim et sous-traitance en forte croissance ; 2.115
- auto-entrepreneuriat qui déguise le salariat 2.116
- télétravail massif ; 2.117
- microstructures dispersées ; 2.118
- plateformes numériques. 2.119

Nous devons créer des passerelles adaptées : 2.120

- adhésion numérique simplifiée et sécurisée, via une plateforme fédérale moderne ; 2.121
- syndicats de territoire ou de catégorie pour les salariés isolés ; 2.122
- campagnes ciblées sur les réseaux professionnels et sociaux ; 2.123
- permanences numériques régulières pour répondre aux questions juridiques et professionnelles ; 2.124
- revitalisation des Bourses du travail comme espaces d'accueil, d'entraide et de visibilité de la Filpac CGT. 2.125

L'objectif est clair : aucune salariée, aucun salarié de nos filières ne doit rester sans solution syndicale. 2.126

AXE 4 – CONTINUITÉ SYNDICALE. 2.127

Il faut également travailler sur la continuité syndicale dans nos bases. Trop de syndicat se trouve démuné lorsque des camarades partent en retraite et que « la suite » n'a pas été préparé. Il en va de notre devoir de responsables syndicaux d'identifier et d'accompagner les futurs militants qui nous permettront de maintenir et d'accroître notre présence dans les entreprises. Nous ne devons pas laisser la place aux autres organisations syndicales bien souvent complice des directions. 2.128

2.129 **AXE 5 – COMMUNIQUER POUR DONNER ENVIE DE CGT MIEUX COMMUNIQUER, C'EST MIEUX ORGANISER.**

2.130 Nous devons sortir d'une communication uniquement défensive et valoriser nos victoires, nos combats, nos réussites.

2.131 La fédération doit revoir tout son dispositif de communication et construire un ambitieux plan pluriannuel. Celui-ci devra partir des besoins exprimés par les syndicats, les syndiqués mais aussi investir les nouveaux espaces numériques et sur le terrain. Un plan de communication fédéral annuel sera établi : campagnes thématiques (salaires, emploi, libertés syndicales, conditions de travail) ;

2.132 • *affiches et tracts modernisés ;*

2.133 • *site internet et outils numériques dédiés*

2.134 • *vidéos courtes diffusables en entreprise et sur les réseaux ;*

2.135 • *témoignages de salariés syndiqués ;*

2.136 • *valorisation des luttes gagnantes.*

2.137 Le message central doit être simple et assumé, syndiqués, nous ne sommes pas seuls. Ensemble, nous gagnons plus et nous résistons mieux.

2.138 **UN SUIVI COLLECTIF, TRANSPARENT ET EXIGEANT**

2.139 Un objectif non évalué reste un vœu pieux. Chaque année, la fédération dressera un bilan précis du développement syndical :

2.140 • *nombre d'adhésions nouvelles ;*

2.141 • *taux de renouvellement ;*

2.142 • *pertes et causes identifiées ;*

2.143 • *créations ou disparitions de syndicats ; • campagnes menées et résultats obtenus.*

2.144 Ce bilan sera débattu dans les instances fédérales dans un esprit de transparence et de coresponsabilité.

2.145 La création d'un comité fédéral du développement syndical permettra :

2.146 • *de mutualiser les expériences réussies ;*

2.147 • *d'identifier les freins ;*

2.148 • *d'accompagner les syndicats en difficulté ;*

2.149 • *d'assurer une coordination nationale des campagnes.*

2.150 Le développement syndical devient ainsi une responsabilité partagée à tous les niveaux de la fédération.

2.151 **LA FILPAC CGT DÉCIDE ET S'ENGAGE**

2.152 • *Travailler l'unité syndicale revendicative, mobilisante, attractive et contrôlable, dans une période où il faut faire bloc : construire l'unité, ce qui demande des efforts, n'a jamais été aussi important.*

2.153 • *Faire reculer le désert syndical : l'existence de sections, l'implantation syndicale sont un frein à l'expansion*

de l'extrême droite. Le mouvement syndical, malgré ses efforts, est en échec et n'est pas présent dans de nombreux secteurs et entreprises. C'est d'ailleurs une des causes de la mobilisation des Gilets jaunes.

• *Et si nous imaginions une campagne unitaire de syndicalisation (40^e congrès confédéral) à porter ensemble pour aller en direction des travailleuses et des travailleurs ? Ce serait un signal fort vers le monde du travail. Expérimentons cela avec nos unions locales et nos unions départementales et dans les secteurs où l'entente est bonne, pour créer et diffuser des exemples concrets d'action unitaire car là où le syndicalisme avance, l'extrême droite recule.*

• *Adopter et développer la centralité d'une écologie protectrice pour les travailleuses et les travailleurs, fondée sur l'utilité sociale des modes de production et de consommation. C'est un levier de convergence et de mobilisation pour contrer les peurs, mensonges et les politiques climaticides entretenues en particulier par l'extrême droite qui, dans un cercle vicieux, s'en alimente.*

• *Porter des revendications communes positives unifiantes avec le mouvement social et la société civile : pour des mesures claires, fortes et unifiantes, pour irriguer la société et proposer un autre avenir que celui de haine de l'extrême droite qui intègre une approche intersectionnelle des dominations.*

• *Mettre en place une relation indépendante avec les partis politiques progressistes : il est possible de protéger à la fois notre autonomie vis-à-vis des partis politiques et de pouvoir inventer un nouveau dialogue constructif et critique, en particulier avec une alliance électorale progressiste.*

• *Affirmer notre solidarité inter-organisationnelle : l'extrême droite se nourrit de polémiques et d'attaques pour pousser nos divisions et nous affaiblir. Combien d'associations, de syndicats, de personnalités attaquées, parfois physiquement ? Acceptons d'avoir des différences de positions et de pratiques tout en défendant tous ceux qui sont pris pour cible. Le pluralisme est une de nos forces, la solidarité aussi.*

Le message central doit être simple et assumé, syndiqués, nous ne sommes pas seuls. Ensemble, nous gagnons plus et nous résistons mieux.

/ 3 / • RÉALITÉS ET PERSPECTIVES DANS NOS CHAMPS PROFESSIONNELS PAR FILIÈRE

3.1 I – INDUSTRIES (PAPETIÈRES, GRAPHIQUES...)

3.2 Construire une nouvelle dynamique dans l'industrie papetière & du cartonnage

3.3 La représentativité de notre organisation syndicale nous positionne comme un acteur incontournable de la négociation des minima de branche. Il ne s'agit pas de nous satisfaire de cette position dominante, qui au fil du temps s'amenuise, mais de prendre conscience de nos responsabilités et de notre potentiel.

3.4 Le droit syndical actuel nous permet de réunir les délégués des différentes entreprises du secteur avant chaque réunion de négociation et de décider de la ligne politique à tenir. La systématisation des comptes rendus et leur diffusion permettent une prise directe avec les syndicats et les sections syndicales.

3.5 Les questions d'emploi, de qualification, de durée du travail et d'internalisation de fonctions, aujourd'hui sous-traitées, sont posées avec acuité. Nos revendications doivent prendre en compte la dimension de la robotisation et de la digitalisation d'un nombre croissant de travaux, permettant au patronat d'engranger de substantiels gains de productivité supplémentaires. Nous assistons à des implantations industrielles dans le secteur de l'emballage.

3.6 La régression des produits plastiques trace pour le papier des perspectives de développement dans un futur immédiat en mesure de favoriser l'emploi. La technologie est employée le plus souvent comme instrument de régression sociale, alors qu'elle devrait permettre de soulager les travailleurs de tâches pénibles, d'augmenter les qualifications de tous, de consacrer du temps à la formation professionnelle continue, de diminuer fortement le temps de travail.

3.7 Nous rappelons que l'appropriation de la technologie par les salariés, y compris sous sa forme la plus poussée aujourd'hui dite de l'intelligence artificielle, est une condition sine qua non du sens que l'on veut donner au travail.

3.8 Ces dernières années, nos industries indispensables à la souveraineté de la nation durant la COVID-19 est en

train de vivre une période sombre avec des fermetures qui s'accroissent en fonction des désidérats des financiers capitalistes qui font la pluie et le beau temps en fonction des cours de la bourse.

Sur le terrain, la fermeture de nombreuses entreprises dans nos professions a eu pour conséquence la perte de la majorité représentative dans notre filière. Cela pourrait avoir des conséquences sur la défense de nos garanties sociales contenues dans notre Convention collective. 3.9

Nous devons alors passer à la reconquête de cette représentativité perdue. Pour cela, nous proposons une Filpac CGT revendicative, conquérante, en s'appuyant sur nos bases actuelles. Dans ce sens, Il s'agira d'aller à la bataille pour la reconnaissance de nos qualifications et de la valeur de celles-ci, par des augmentations de salaires. Dans nos professions, nous avons assisté à un saut technologique, à la fois dans le papier, comme dans le carton. Les patrons utilisent largement ces nouvelles technologies par des investissements massifs afin d'augmenter les capacités de productions et réduire le nombre de salariés de nos industries. 3.10

Ces nouvelles technologies deviennent désormais les outils de travail des salariés de nos industries. C'est dans ce contexte que les salariés évoluent aujourd'hui, aillant acquis de nouveaux savoirs et par conséquent une élévation de leur niveau connaissance, lié à l'utilisation des outils numériques et des techniques d'automatisation. 3.11

À contrario de ces évolutions, les patrons restent toujours campés sur leurs positions, en empêchant toutes négociations sur la grille de qualifications dans notre branche professionnelle et refusant de reconnaître ces nouvelles qualifications. Ces derniers préfèrent avoir des grilles d'entreprises, plutôt qu'une grille des qualifications conventionnelle qui serait une référence pour l'ensemble des industries. Pour eux, il s'agit d'adapter la masse salariale à leur chiffre d'affaires et aux résultats de leurs entreprises. C'est bien dans cet objectif qu'ils ont dénaturé la notion de qualification, par la notion de compétence. 3.12

En effet, la qualification par définition est l'ensemble des connaissances qu'un salarié a acquis pour réaliser son travail (formation initiale, formation professionnelle, expérience professionnelle). Tandis que la compétence intègre le « savoir être » cher aux patrons (savoir être flexible et être acquis à la gestion d'entreprise). 3.13

Dans ce contexte, il ne s'agit pas de convaincre les patrons. Ils ne le seront jamais. Or pour avancer vers une reconnaissance de nos qualifications et vers des grilles de salaires à la hauteur de nos qualifications, il faudra passer par une mobilisation des salariés. Dans ce sens, une nouvelle stratégie fédérale devra être élaborée. 3.14

La fédération propose de construire de nouvelles grilles de qualifications et des salaires et de fonder une stratégie basée sur l'éducation, la formation et de communications sur la nécessité de faire évoluer nos grilles dans notre convention collective. Pour réaliser cet objectif, il faudra s'appuyer sur un collectif fédéral qui réalisera ce travail et établira un planning afin de réaliser également des 3.15

Nous rappelons que l'appropriation de la technologie par les salariés, y compris sous sa forme la plus poussée aujourd'hui dite de l'intelligence artificielle, est une condition sine qua non du sens que l'on veut donner au travail.

Une large partie du système d'information est en péril, alors qu'une information de qualité est essentielle à la vie démocratique, et qu'elle est polluée par l'avalanche de fake news déversées ou véhiculée par les géants du numérique.

réunionsrencontres et des journées d'études et des publications (tracts/affiches).

3.16 La prochaine direction fédérale, au travers de son collectif papetier, se doit de débattre avec tous ses syndicats de la filière papetière des conquis sociaux à imposer, d'un plan de travail permettant de tenir dans chaque entreprise, des assemblées générales avec les salarié.es, sur le contenu des revendications portées par la Filpac CGT dans le cadre de ces négociations comme la sécurité sociale de l'emploi financée à 100% par les employeurs. Elle a aussi le devoir d'accompagner ses syndicats et les salariés qu'elle représente pour porter des projets alternatifs à toute annonce de fermeture. Il n'y a pas de fatalité mais un besoin de voir la Filpac CGT reconstruire de la solidarité entre les travailleuses et les travailleurs de nos champs professionnels à travers des collectifs en territoire. La syndicalisation, la création de nouvelles bases, la continuité syndicale sont des enjeux majeurs pour la future direction fédérale. Telles sont nos ambitions pour la prochaine mandature afin de reconquérir notre influence auprès des travailleurs de nos professions.

3.17 II - SERVICES (INFORMATION, COMMUNICATION, ÉDITION...)

3.18 Misère de l'économie de l'information

Chaînes de télévision, stations de radio, agences de presse, titres de presse d'information politique et générale bimédia (papier et numérique) ou 100 % numériques, producteurs de contenus sur les plateformes en ligne, tous les médias connaissent des coûts orientés à la hausse, des recettes qui fondent, des concurrences des réseaux sociaux et de l'IA...

3.19 80 % DES MEDIAS FRANÇAIS SONT DANS LE ROUGE OU FAIBLEMENT RENTABLES

3.20 • Les médias privés locaux, les médias indépendants et les agences de presse sont les plus exposés à des difficultés financières à court ou moyen terme. Exemple : l'annonce par l'AFP d'un « programme d'économies » de 12 à 14 millions d'euros sur 2025 et 2026.

3.21 • Cette fragilisation des agences de presse alerte lorsqu'on connaît leur rôle de source primaire pour les autres producteurs d'information.

3.22 • Toutes les chaînes d'information en continu privées affichent un résultat d'exploitation déficitaire en 2023 ou 2024.

3.23 Mais elles sont adossées à des groupes puissants (CMA-CGM pour BFM TV, Bouygues pour LCI ou encore

Bolloré pour CNews) qui peuvent éponger leurs pertes et exploiter leur force de frappe.

Une large partie du système d'information est en péril, alors qu'une information de qualité est essentielle à la vie démocratique, et qu'elle est polluée par l'avalanche de fake news déversées ou véhiculée par les géants du numérique.

2,9 MILLIARDS € : LE « COUT DE PRODUCTION » DE L'INFORMATION EN FRANCE

L'information a un coût : 2,9 milliards € en 2024. Aux trois quarts, ce coût est supporté par la presse (38 %) et la télévision (35 %), les agences de presse se plaçant en troisième plus gros contributeur (14 %) devant la radio (11 %).

• La presse dans son ensemble dépense ainsi environ 1,1 milliard € pour produire de l'information, une somme un peu supérieure à ce qu'y consacre l'ensemble des chaînes de télévision, alors même qu'elles disposent de trois fois plus de revenus.

• La place occupée par les médias audiovisuels publics (France Télévisions, Radio France, Arte, LCP) est centrale dans l'économie de l'information : ils concentrent « respectivement 73 % du coût total en télévision et 48 % des dépenses en radio » et assurent « plus de 40 % des contenus totaux diffusés sur la télévision et la radio ».

Les pressions qu'ils subissent actuellement de toutes parts ont de quoi inquiéter.

MAÎTRISER LES COÛTS AU RISQUE DE DÉGRADER LA QUALITÉ ?

La production d'une information fiable et de qualité repose sur le travail effectué par des professionnels, dont les journalistes : alors que la masse salariale représente 66 % du coût de production de l'information à la télévision cette proportion atteint 77 % dans la presse et même 83 % dans les agences de presse.

• Inflation des coûts : hausse des prix du papier, de l'énergie et renchérissement de la distribution pour la presse, augmentation des coûts opérationnels et techniques pour les médias audiovisuels, investissements dans la transition numérique... Les producteurs d'information sont confrontés à une inflation de leurs coûts.

• La masse salariale pèse lourd, mais la compresser revient à affaiblir la qualité de l'information.

• Les recettes attaquées de toutes parts.

LA PUBLICITÉ

La publicité représente l'essentiel des revenus de l'audiovisuel privé et des médias 100 % en ligne. Elle

représente également un quart des ressources de la presse et de l'audiovisuel public est de plus en plus capté par les plateformes numériques.

3.37 • Entre 2019 et 2024, la part des médias traditionnels dans les recettes publicitaires est tombée de 46 % à 33 %.

3.38 • Les géants du numérique captent une part croissante des recettes de pub au détriment des producteurs de l'information.

3.39 LA PRESSE EST LE MÉDIA LE PLUS TOUCHÉ

3.40 Les journaux connaissent une baisse de 5 % par an de ses recettes publicitaires durant cette période. Cette réalité s'appuie sur un effondrement de ses ventes d'imprimé : celles-ci ont chuté de moitié en dix ans, passant de 5,4 millions d'exemplaires en 2015 à 2,7 millions en 2024.

3.41 • Les grands titres de la presse quotidienne nationale ont dans l'ensemble réussi à prendre le train du numérique : *Le Monde* (575 000 abonnés numériques), *Le Figaro* (290 000) ou *Ouest-France* (202 000) – pour comparaison *Mediapart* (245 000).

3.42 • Mais pour quel prix de l'abonnement ? *Le Parisien* fort de ses 300 000 abonnés numériques à un prix moyen de 6€ mensuel. Alors que dans le même temps, le groupe Ebra, qui n'a que « 140 000 » d'abonnés web se situe à 10€. Réussir le virage certes, mais en étant loin de compenser le CA du papier. La Filpac CGT prône depuis le début la complémentarité des deux supports. Les éditeurs prônent le remplacement de l'un par l'autre. Stratégie mortifère dont les salariés en payent le prix aujourd'hui.

3.43 Le lectorat potentiel a une faible propension à payer pour l'info. De plus, l'abonnement papier traditionnel fait partie des premières variables d'ajustement lorsque le budget familial se resserre.

3.44 Seuls 7 % des Français déclaraient en 2025 payer un abonnement à un site d'information, selon l'Arcom.

3.45 Ils sont 69 % à souscrire à un service de vidéo à la demande - Netflix ou Disney+, et 40 % à une offre de streaming audio comme Spotify.
(source rapport Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) - 20 janvier 2026)

3.46 LA FILPAC CGT DÉCIDE ET S'ENGAGE

3.47 • *La Filpac CGT en son congrès réaffirme que la défense et la promotion d'une information réelle et sérieuse sont un objectif syndical CGT à vocation rassembleuse et unitaire.*

3.48 • *L'économie d'une telle information - et de l'édition - relève de l'indépendance à l'égard des pouvoirs d'État et des oligarques, de la bataille contre la concentration et la confiscation par les grands groupes propriétaires actuels.*

3.49 • *Le pluralisme de l'information, hier garanti par la pluralité des titres de presse présentés au lecteur, a disparu du fait de la concentration et de la destruction de la distribution équitable. Ce pluralisme est un défi que le congrès de la Filpac CGT déclare vouloir relever*

3.50 • *La perspective d'une économie de l'information et de*

l'édition libérée de la dictature de la rentabilité, de la tutelle de l'argent, donc à but non lucratif, est à établir dans la coalition des producteurs d'une information réelle et sérieuse.

• *Au service de cette recherche, le congrès de la Filpac CGT met en chantier l'établissement d'un label de l'information, mêlant critères sociaux, garanties d'indépendance, et priorité absolue au facteur humain, au centre de l'exigence d'une information labellisée fiable et de qualité.*

Déclaration des droits et des devoirs de la presse, novembre 1945

Art 1 - « La presse n'est pas un instrument de profit commercial, mais un instrument de culture ; sa mission est de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain. »

Art 2 - « La presse ne peut remplir sa mission que dans la liberté et par la liberté. »

Art 3 - « La presse est libre quand elle ne dépend ni de la puissance gouvernementale ni des puissances d'argent mais de la seule conscience des journalistes et des lecteurs. »

L'IA, BOURREAU DE L'INFO ?

LES BIG TECH, UNE OLIGARCHIE QUI DOMINE LE MONDE

Le pouvoir des entreprises de technologies de l'information et de la communication (TIC) - les Big Tech -, incarnées par les géants américains Alphabet, Meta, Amazon et Microsoft, a connu depuis le début du siècle une croissance vertigineuse.

Aujourd'hui, elles constituent l'une des fractions politiquement les plus puissantes du capital. Grandes bénéficiaires des liquidités injectées par les banques centrales, elles ont vu leurs actions s'apprécier plus que toute autre catégorie de titres. Parallèlement, elles ont accru leur poids social et politique, avec des répercussions profondes.

Sorties renforcées de la crise sanitaire, les Big Tech sont plus puissantes que jamais. Leurs fondateurs – parmi les hommes les plus riches du monde – exercent une influence directe sur les gouvernements, affichant leurs ambitions politiques. Leur présence aux premiers rangs de la garde de Trump illustre cette place centrale.

Aujourd'hui, cette fraction du capital est sans doute la plus influente politiquement. Ces entreprises contrôlent le moyen de communication le plus universel jamais créé, et avec lui une capacité inédite à manipuler les comportements à grande échelle.

Leur modèle repose sur la collecte massive et granulaire de données privées, utilisées pour entraîner des algorithmes capables d'anticiper et d'influencer nos conduites. Elles monétisent ensuite l'accès à ces réseaux et à ces dispositifs de prédiction et de manipulation.

• Ce modèle économique et politique, fondé sur l'accès

illimité aux données, entre en collision avec les principes de liberté et de démocratie.

- 3.60 • Le virage réactionnaire de cette oligarchie numérique, soutenue par des ressources quasi inépuisables, découle directement de son mode d'accumulation : régulation, surveillance publique et libertés constitutionnelles deviennent des obstacles à contourner ou à abattre. La frénésie mondiale et les grandes promesses de l'IA La frénésie mondiale autour de l'intelligence artificielle est comme une tentative du capitalisme tardif de trouver une nouvelle source d'accumulation, et de résoudre ses crises.

3.61 Il y a deux grandes promesses dans l'IA.

- 3.62 • La première est d'enfin réaliser une relance des gains de productivité. Notamment en mécanisant les services. Mais, d'une part, il n'est pas du tout dit que l'IA augmente la productivité. Et d'autre part, même si elle le faisait, cela ne ferait que repousser le problème et en créerait d'autres, notamment avec des déplacements d'emplois vers des secteurs faiblement productifs et des suppressions massives d'emplois.

- 3.63 • La seconde promesse, c'est celle de l'aliénation totale. L'IA générative pense à votre place, fait des choix à votre place et décide de vos besoins à votre place. Et évidemment, elle oriente ces besoins dans l'intérêt du système capitaliste. Cette double promesse de gains de productivité et d'aliénation de la société est très alléchante pour les capitalistes d'aujourd'hui. Néanmoins, l'IA ne peut régler aucune de ces trois crises :

- 3.64 • La crise de l'emploi sera aussi une crise économique.

- 3.65 • L'usage de l'IA va aggraver la crise écologique et rendre encore plus vive la tension anthropologique causée par le capital.

- 3.66 • C'est une fuite en avant.

3.67 IA ET MÉTIERS DE L'INFORMATION

- 3.68 En 2023, L'Est républicain automatisait la réécriture des textes des correspondants, un travail réservé jusque-là aux secrétaires de rédaction. Dans le groupe *Les Échos - Le Parisien*, de courtes formations incitent les journalistes à intégrer l'IA dans les routines de travail. L'idée d'un « grand remplacement » par les robots plane sur les rédactions ; qu'il se produise ou non, la menace offre aux directions un argument de management puissant pour « discipliner la force de travail ».

- 3.69 Les applications les plus courantes concernent la recherche d'information, la transcription et la traduction, tandis que la génération d'images ou de vidéos reste marginale. L'adoption n'est pas homogène, et concerne d'abord les journalistes masculins, les jeunes générations et, de manière plus significative, les cadres de direction.

- 3.70 À ce stade plusieurs réalités illustrent le poids – et aussi les dangers – des GAFAM mêlés aux IA génératives sur les secteurs de l'information ou l'édition :

- 3.71 • Google et Meta (Instagram, Facebook, WhatsApp) contrôlent l'accès au marché publicitaire en ligne et constituent les principales sources de trafic vers les sites de média.

L'idée d'un « grand remplacement » par les robots plane sur les rédactions ; qu'il se produise ou non, la menace offre aux directions un argument de management puissant pour « discipliner la force de travail ».

- Avec Amazon, Microsoft, Apple et désormais Nvidia, ils détiennent un contrôle quasi absolu sur les infrastructures matérielles du numérique, que ce soient les centres de données, les réseaux ou les appareils. 3.72

- Ils imposent leur propre hiérarchisation de l'information : leurs algorithmes décident quels titres citer comme source fiable et quelle information mérite d'être lue. Ce qui pousse les rédactions à redéfinir leur organisation et leurs objectifs en conséquence. 3.73

- Le lancement de ChatGPT en novembre 2022 et l'avènement des chatbots ont soulevé une nouvelle vague de captation des audiences. Ces moteurs de réponse produisent des résumés d'actualité qui dissuadent les usagers de consulter la presse. Pourquoi lire un article journalistique sur un conflit quand une intelligence artificielle en synthétise des dizaines en une seconde ? 3.74

- La dépendance des éditeurs aux géants du numérique s'accroît. Ainsi, l'absence de l'Agence France-Presse (AFP) parmi les sources que référencent les principaux agents conversationnels appauvrit cette dernière en limitant sa visibilité, alors que les journaux, qui subissent la même attrition, peinent de leur côté à payer leurs abonnements à l'agence. 3.75

- En France comme dans de nombreux pays, cette dépendance s'est construite en deux décennies dans un rapport de force inégal. 3.76

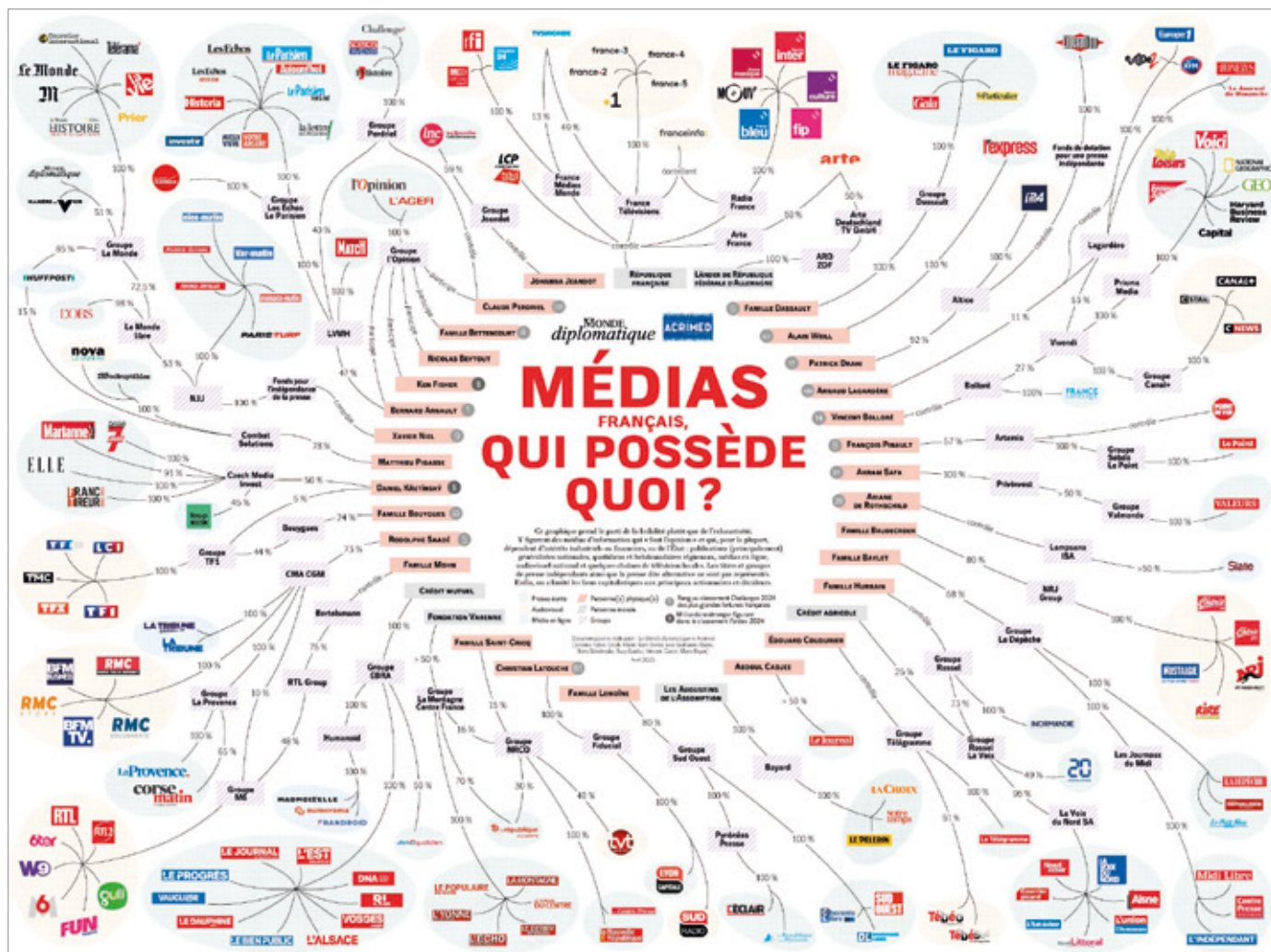
- Dès 2003, Google Actualités reprenait des contenus sans rémunérer quiconque au nom d'une prétendue neutralité technique. 3.77

- Dix ans plus tard, l'État français misait sur l'autorégulation et favorisait la création d'un fonds de financement privé qui substituait la charité au respect du droit d'auteur. 3.78

- Parallèlement, le plus célèbre moteur de recherche nouait des partenariats avec certains titres et insérait dans son algorithme un classement des sources fondé sur des critères comme la taille et la productivité des rédactions. 3.79

- La loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse reconnaît enfin les « droits voisins » : elle impose à Google et aux autres plateformes de rémunérer les éditeurs lorsqu'ils reprennent leur production. Mais l'application concrète dépend d'accords opaques : *Le Monde* perçoit au titre des droits voisins des sommes cent fois plus élevées que *La Voix de la Haute-Marne*. 3.80

- 3.81 Avec l'IA, les accords de rémunération bénéficient majoritairement aux grands médias capables de négocier des compensations importantes, tandis que les titres locaux et indépendants se contentent de sommes dérisoires.
- 3.82 **FAIRE CONTRIBUER LES GAFAM A LA RÉMUNÉRATION DE L'ENSEMBLE DES TRAVAILLEURS DE LA PRESSE, DE L'ÉDITION SOUS TOUTE SES FORMES.**
- 3.83 En 2024, OpenAI a conclu des accords avec les groupes *Le Monde*. Selon les données de SimilarWeb, la part des visites sur le site *LeMonde.fr* reçues depuis ChatGPT atteint 10 %, soit dix fois plus que les médias d'information concurrents. « Une citation du *Monde* dans un article de ChatGPT nous permet de convertir, en abonnements payants, vingt fois plus qu'un article du *Monde* sur Facebook et cinquante fois plus sur Google Discover », explique M. Louis Dreyfus, président du directoire du groupe *Le Monde*. (Comment l'IA bouleverse-t-elle notre manière de nous informer ?, émission La Fabrique de l'information, France Culture, 5 septembre 2025.)
- 3.84 Ainsi, la captation massive des informations, des contenus et de la valeur éditoriale par les GAFAM et les grandes plateformes numériques ne peut rester sans contrepartie financière. Les contenus qu'ils exploitent, référencent, résument et monétisent sont le produit du travail quotidien de l'ensemble des travailleurs.
- 3.85 Il est donc légitime que les GAFAM et les grandes plateformes numériques compensent financièrement cette captation de valeur. Cette compensation ne doit pas seulement contribuer aux résultats financiers des entreprises ou à la rémunération de leurs actionnaires. Elle doit bénéficier directement à celles et ceux qui créent cette richesse.
- 3.86 Elle doit contribuer à la revalorisation des salaires de l'ensemble des travailleurs qui participent à la production, à la fabrication et à la diffusion de contenu : journalistes, personnels administratifs et commerciaux, équipes techniques et informatiques, ouvriers et employés de la fabrication, de l'impression, de la logistique et de la diffusion.
- 3.87 Dans de nombreuses entreprises, les rémunérations sont bloquées ou insuffisamment revalorisées depuis de nombreuses années, alors même que les qualifications, les charges de travail et les contraintes professionnelles augmentent. La Filpac CGT revendique que l'utilisation de ces ressources fasse l'objet d'une information transparente et de négociations collectives dans les entreprises et dans les branches concernées, afin qu'elles contribuent effectivement à l'augmentation des salaires de toutes les catégories professionnelles.
- 3.88 **LE CSE DOIT ÊTRE CONSULTÉ AVANT DE DÉPLOYER L'IA**
- 3.89 Parmi les représentants du personnel et les dirigeants déjà confrontés à l'IA dans leur entreprise, les deux tiers affirment que son déploiement et/ou son utilisation n'ont pas fait l'objet d'une consultation préalable des représentants du personnel.
- Dans seulement 3 cas sur 10, il y a eu consultation, principalement sur projet important (cité par 16 % des RP) ou pour l'élaboration d'une charte (cité par 13 %). 6 % des dirigeants évoquent des plans de sauvegarde de l'emploi liés à l'IA. (8^e enquête Ifop -Syndex).
- LA FILPAC CGT DÉCIDE ET S'ENGAGE**
- La Filpac CGT revendique que l'IA devienne un objet de négociations préalables débouchant sur des accords collectifs.*
- **Contrôle, connaissance, information sur les IA mises en place** 3.92
 - **Ouverture et transparence des algorithmes** 3.93
 - **Réduction du temps de travail** 3.94
 - **Révision des conditions de travail sur le rythme accéléré par l'IA** 3.95
 - **Transparence des liens financiers entre l'IA utilisée et l'entreprise** 3.96
 - **Principe syndical conducteur : l'Humain d'abord, guide des accords collectifs** 3.97
 - **Les postes des humains salariés sont classés en priorité absolue et en protection de principe, face à l'arrivée des robots.** 3.98
 - **La Filpac CGT et son UFIGT revendiquent que les compensations financières versées par les grandes plateformes numériques en contrepartie de l'utilisation et de la valorisation des contenus de presse, des métiers de l'édition et de l'écrit dans son ensemble, soient transparentes et fassent l'objet de négociations collectives. Elles doivent contribuer directement à la revalorisation des salaires de l'ensemble des travailleurs participant à la production, à la fabrication et à la diffusion de ces contenus dans nos champs et pas seulement de certaines catégories professionnelles.** 3.99
- CONCENTRATION VERS... L'EXTRÊME DROITE** 3.100
- De leur mainmise sur les médias, les milliardaires tirent comme profit le pouvoir sur l'opinion, la saturation heure par heure de la production d'informations. Ce qu'on nomme « information en continu » dispose de chaînes complètes et puissantes, qui caracolent en tête des audiences.
- Elles opèrent une mutation de l'information vers la création d'un « fog of war », un brouillard de guerre contre tout ce qui n'est pas BBR, nationaliste, anti-immigrés, et bien sûr, ne serait-ce que critique à l'égard du capitalisme. Zucmann et sa taxe en ont fait les frais.
- ACCUMULATION SANS PRÉCÉDENT** 3.103
- Les grandes fortunes en France, Bernard Arnault, François Pinault, familles Dassault et Saadé, Patrick Drahi, Xavier Niel, Martin Bouygues, Daniel Kretinsky... 3.104
- Leur mainmise sur la presse et le système médiatique relève du contrôle des consciences et des esprits. En cela, le niveau de concentration atteint des hauteurs 3.105



géantes, sans commune mesure avec le temps de Hersant, Lagardère, Amaury... Le pluralisme, pour eux une vieille lune.

3.106 BOLLORÉ MÉDIAS ET LIVRES, LE NÉOFASCISME EN ACTION

3.107 Le cas Vincent Bolloré conduit sciemment à l'effondrement démocratique, en mettant son groupe de médias au service des combats de l'extrême droite, dont ceux de l'activiste Stérin. Le groupe est devenu une chambre d'écho de toutes les haines racistes, islamophobes ou xénophobes.

3.108 • L'empire médiatique du milliardaire comprend le groupe Canal+, avec la chaîne homonyme, CNews, en 1re ligne des subversions de l'extrême droite, qui a servi à lancer Éric Zemmour, multi condamné pour incitation à la haine raciale.

3.109 • Suite de son OPA sur le groupe Lagardère : Europe 1, Le Journal du dimanche (JDD), le JDNews, contraction du JDD et de CNews.

3.110 • Bolloré possède le groupe Prisma Media, leader de la presse magazine en France (*Capital*, *Geo*, *Femme actuelle*, *Voici* ou *Télé-Loisirs*...).

3.111 • Fin 2025, deux autres titres tombent chez Bolloré : *ICI Paris* et *France dimanche*.

3.112 Vincent Bolloré est à l'affût du *Figaro*, il compte un ami dans la place, Laurent Dassault, un des héritiers

de l'empire, qu'il a coopté au conseil de surveillance de Vivendi.

Cette force de frappe médiatique est à ce point considérable que le milliardaire parvient désormais à dicter le plus souvent l'agenda du débat public.

• Vincent Bolloré peut faire ce qu'il veut, son conglomérat est un bulldozer sans limites : favoriser Bardella en mettant à son service tous les médias qu'il contrôle ; favoriser Bardella en lui ouvrant les portes de Fayard ; favoriser Bardella avec un sondage le sacrant personnalité préférée des Français ; favoriser Bardella en le mettant en tête de gondole dans les Relay.

La campagne réactionnaire des éditions Fayard

Jordan Bardella, Éric Zemmour, Philippe de Villiers... En publiant les derniers livres de ces trois figures d'extrême droite, la maison d'édition contrôlée par Vincent Bolloré s'assure une large exposition médiatique de la lourde et épaisse offensive raciste et néofasciste. Avec la présidentielle de 2027 en ligne de mire.

• Dans le conglomérat Bolloré figurent le géant de la publicité Havas, des sociétés de jeux vidéo parmi les plus connues en France (Gameloft, par exemple), le géant mondial de la musique Universal, une myriade de salles de spectacle dont L'Olympia, les Folies Bergère ou le Casino de Paris, ou encore l'un des principaux instituts de sondage (CSA).

- 3.118 • Relay - Depuis son OPA sur Lagardère, le milliardaire contrôle les Relay, et leurs emplacements stratégiques dans toutes les stations de métro, gares et aéroports. Une bonne partie des livres proposés à la vente – et les mieux exposés de tous – portent la signature de Jordan Bardella, Éric Zemmour ou Philippe de Villiers.

3.119 LA CONCENTRATION DES MÉDIAS EST UNE CIBLE SYNDICALE

- 3.120 La loi Léotard de 1986 contient un dispositif anti-concentration qui définit des seuils de concentration que les éditeurs de télévision et de radio doivent respecter. « Ils visent à assurer l'indépendance des médias vis-à-vis du pouvoir politique et d'acteurs privés influents, et à satisfaire l'objectif constitutionnel de respect du pluralisme des offres via la présence d'une diversité d'opérateurs », explique l'Arcom.

- 3.121 Existent à la fois des seuils de détention capitalistique, des règles limitant le cumul d'autorisations pour des services de radio et de télévision, et des limites sur les concentrations multimédias.

- 3.122 Les effets du mécanisme de la loi Léotard restent limités. Les seuils de concentration prévus sont élevés et ne correspondent pas au marché médiatique actuel. De plus, écrites avant l'ère Internet, les règles ne se sont pas adaptées aux audiences en ligne.

- 3.123 Ainsi, « une personne ne peut posséder plus de 49 % du capital d'un service de télé privée dont l'audience est supérieure à 8 % de l'audience totale. » Or, pointaient Julia Cagé et Benoît Huet en 2021, seules les chaînes TF1 et M6 sont concernées par ce seuil. Mais la règle est respectée car la famille Bouygues possède 43,9 % de TF1 et le groupe Bertelsmann 48, % de M6. On peut toutefois douter que la position au capital de ces deux groupes les empêche de contrôler la chaîne dont ils sont le premier actionnaire », soulignent les auteurs du livre L'information est un bien public.

3.124 EUROPEAN MEDIA FREEDOM ACT (EMFA) : UN POINT D'APPUI ?

- 3.125 Entré en vigueur le 7 mai 2024, le European Media Freedom Act (EMFA) vise à renforcer l'indépendance, la transparence et le pluralisme des médias dans l'Union européenne.

- 3.126 Après son entrée en vigueur le 7 mai 2024, il s'applique pleinement depuis le 8 août 2025.

3.127 DE NOUVEAUX LEVIERS JURIDIQUES EUROPÉENS AVEC L'EMFA

- 3.128 Bien que le droit des médias soit avant tout une compétence nationale, la commission a justifié sa législation en la matière au nom de l'article 114 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

- 3.129 La Commission note que « les entreprises de médias sont confrontées à des obstacles qui freinent leurs activités et ont des conséquences sur leurs conditions

d'investissement dans le marché intérieur, telles que des règles et procédures nationales différentes en ce qui concerne la liberté et le pluralisme des médias ».

« Aucun journaliste ne devrait être espionné en raison de son activité ; aucun média public ne devrait devenir un organe de propagande. » Règlement européen sur la liberté des médias (European Media Freedom Act, ou EMFA).

Ce texte opère un regroupement des autorités nationales de régulation au sein d'un Comité européen pour les services de médias, en place depuis février 2025.

Mesures pour améliorer l'indépendance des médias

- Depuis le 8 février 2025, les autorités nationales n'ont pas le droit d'interférer avec les décisions éditoriales, tandis que les médias d'information et d'actualité doivent prendre des mesures en vue de garantir l'indépendance de ces décisions.

Directives visant à favoriser le pluralisme des médias

- En application depuis le 8 novembre 2024, l'article 3 du règlement reconnaît aux citoyens européens le droit d'accéder à une pluralité de sources fiables d'information. Des dispositions les plus concrètes sont entrées en application le 8 août 2025, date à laquelle le règlement s'applique pleinement.

Le règlement européen ne cherche pas à empêcher la concentration des médias. Il ne fixe pas non plus de seuils spécifiques de concentration. Il demande cependant aux autorités nationales de procéder à une évaluation de ces concentrations et de leur impact sur le pluralisme des médias et sur l'indépendance éditoriale dans leur État. Une évaluation ensuite examinée par le nouveau comité européen pour les services de médias.

Selon le rapport 2024 de l'Union européenne sur l'état de droit, au sujet de la France, la Commission européenne fait notamment état de problèmes de transparence concernant la propriété des médias.

En complément d'un autre texte sur les procédures-bâillons, l'EMFA interdit l'utilisation de logiciels espions et d'outils de surveillance contre les médias, les journalistes et leurs familles. Il prévoit toutefois des exceptions qui devront être évaluées par un juge, dans le cadre d'enquêtes sur des infractions graves passibles d'une peine privative de liberté dans l'État concerné. En conformité avec le texte, chaque État doit permettre aux journalistes de saisir une juridiction indépendante pour demander une protection, ou une autorité indépendante pour déposer une réclamation contre l'utilisation de logiciels espions. Il est également interdit d'obliger les journalistes et les rédacteurs en chef à révéler leurs sources, sauf sous réserve de l'autorisation d'une autorité judiciaire et pour une « raison impérieuse d'intérêt général ».

Les médias protégés contre la suppression de leur contenu par un réseau social

- Les médias indépendants ont désormais la possibilité

	d'obtenir un statut particulier sur les grandes plateformes numériques. Lorsque celles-ci auront l'intention de supprimer ou de restreindre l'accès à un contenu publié par un média indépendant, par exemple en vertu du règlement européen sur les services numériques (DSA), elles devront le leur notifier. Médias en ligne	
3.140	• En application du Digital Services Act (DSA), les très grandes plateformes en ligne – plus de 45 millions d'utilisateurs dans l'UE – doivent prévenir les médias et motiver leur décision lorsqu'elles veulent retirer l'un de leurs contenus. Toute plainte déposée par les fournisseurs de média en ligne doit être traitée en priorité par ces plateformes.	
3.141	L'article 18 de l'EMFA, qui précise les modalités et les bénéficiaires de ce « privilège des médias », ne permet pas de lutter efficacement contre la diffusion de fausses informations par des sociétés malveillantes.	
3.142	LA FILPAC CGT DÉCIDE ET S'ENGAGE	
3.143	• Défendre l'information, lutter contre l'extrême droite Le lien entre extrême droite et médias des milliardaires engagés dans le combat du chaos fasciste amène le congrès de la Filpac CGT à s'engager dans un double combat intimement lié :	
3.144	• Lutter pour l'information indépendante et labellisée, contre la concentration des médias	
3.145	• Lutter contre l'hégémonie de l'extrême droite dont l'un des outils est son pouvoir conquis dans les médias, dont la presse.	
3.146	Que faisons-nous pour faire reculer l'extrême droite ? Quel impact de telle ou telle décision/action syndicale sur le sujet ? en faisant place à la dimension unitaire. Les syndicats de la Filpac CGT s'emparent de ce sujet comme un des fils conducteurs de leur intervention concrète à l'entreprise :	
3.147	• Être capable d'impulser des luttes et d'utiliser ensemble l'ensemble des outils de mobilisation : car nous n'aurons rien sans nous mobiliser, et nos victoires améliorent le quotidien et font reculer les peurs et les haines. L'extrême droite est particulièrement inaudible quand nous occupons le terrain social. De la pétition à la grève, de la réunion d'information syndicale à la tenue d'événements publics, renforçons notre visibilité unitaire pour engranger des victoires concrètes.	
3.148	• Stopper la subvention de l'extrême droite par les CSE : box de Stérin, séjour au Puy du Fou, boycott de la galaxie Bolloré, édition et presse... Il faut en finir avec ces financements directs et les syndicats peuvent assez facilement porter cette revendication ensemble dans un maximum d'entreprises.	
3.149	L'ACTIVITÉ INTERNATIONALE DE LA FÉDÉRATION : UN LEVIER D'ACTIONS SYNDICALES POUR AGIR AU NIVEAU MONDIAL	
3.150	Notre fédération riche de son histoire en termes de syndicalisme international depuis de nombreuses années continue son travail dans les instances UNI et INDUSTRI ALL.	
	Nous sommes élus dans ces deux organisations au niveau Européen mais aussi au niveau mondial.	3.151
	Tout au long de ce mandat nous n'avons pas pu nous impliquer pleinement dans les commissions exécutives ou nous siégeons pour donner la priorité à l'activité fédérale.	3.152
	Nous avons donc dû privilégier les réunions et congrès ou la présence de la Filpac CGT était nécessaires.	3.153
	Nous nous sommes aussi impliqués dans les négociations en cours de comités Européens dans les grand groupes papier carton que sont DS Smith et Smurfit Westrock.	3.154
	Nous avons aussi organisé le congrès mondial UNI à Marseille en novembre 2023 avec des axes forts sur la situation en Palestine et la montée de l'extrême droite.	3.155
	Nous étions également en novembre 2025 au congrès mondial Industrial Global à Sydney où les questions tel que l'IA et les emplois pour tous dans une période où les emplois industriels sont massivement supprimés. La situation géopolitique et la destruction massive d'emploi laisse apparaître une évolution des positionnements de certains pays tels que l'Allemagne et les États-Unis avec des discours plus offensifs.	3.156
	Ce mandat nous a aussi permis d'établir des contacts en bilatérale avec plusieurs pays d'Amérique du Sud, la Chine, le Canada mais aussi les pays Méditerranéens tel que l'Égypte, le Maroc et bien d'autres avec qui nous travaillons. L'intérêt de ces échanges et collaborations réside dans le fait que nos industries ont des usines dans ces pays. Usines dans lesquelles les conditions de travail de rémunération et de traitement de nos camarades dans les syndicats sont loin de nos vécus. Faire connaître par le plus grand nombre les pratiques des multinationales hors de nos frontières doit faire partie de nos orientations.	3.157
	Nous travaillons d'ailleurs sur plusieurs projets de conventions avec nos camarades afin de développer ces échanges par de la formation et des rencontres régulières.	3.158

Notes :

Notes :

Fédération des travailleurs
des industries du **Livre**,
du **Papier** et de la **Communication CGT**

10^e 12-16 octobre
2026
Congrès
filpac cgt
40 ans

Notre **cohésion**, notre **solidarité**,
notre **détermination**, pour **défendre**
nos savoir-faires et nos emplois

Carton / Distribution / Edition / Labeur / Papier / Presse / Publicité