



interview

© DEADLINE / LA POSTE

Norbert Demé, secrétaire général adjoint, nous parle des changements en cours et à venir dans le domaine de la communication fédérale



DR

Force Com évolue : peux-tu nous en dire quelques mots ?

Effectivement, un choix a été fait de faire évoluer le journal de la Fédération sans révolution mais régulièrement. La couverture est désormais en couleurs. Des dessins humoristiques agrémentent notre parution. Nous faisons une large place aux associations. Avec la rubrique « *Un regard sur* », une d'entre elles est mise à l'honneur dans chaque numéro.

Les actions de terrain, notre médiatisation, nos actions à l'international sont relayées : plus de militants, plus de photos, plus de proximité. Force Com est devenu le reflet de la vie de notre syndicat.

Enfin, notre journal évoque régulièrement, de façon sympathique ou ludique, notre présence sur les réseaux sociaux.

Quelle est la stratégie de FO COM sur les réseaux sociaux ?

Au-delà du changement de l'image, nous avons la volonté d'être présents activement sur les principaux médias sociaux : Facebook, Twitter et YouTube. Grâce à l'avatar Amy Focom, nous tissons des liens, nous menons des conversations avec des milliers de contacts ! Amy a dépassé les 1 000 amis cet été. Notre cible privilégiée : les jeunes et les cadres. Mais tout le monde peut nous retrouver : rappelons que plus de 21 millions de Français vont régulièrement sur Facebook. Notre approche originale et dynamique plaît. Les retours des internautes ou les dialogues initiés sont toujours constructifs. En interne comme en externe, les vidéos postées sur FOcomTV valorisent nos militants. Ces médias sociaux sont complémentaires aux autres moyens de communication et sont fédérateurs. Par ces canaux et par notre réactivité, nous valorisons et développons l'image de Force Ouvrière.

Quels sont les futurs projets de communication ?

Nous avons de nombreux projets d'envergure. Tout d'abord, changer les sites Intranets, Internet et Extranet. Ceux-ci seront fonctionnels début 2012.

Nous avons construit les fondements d'une stratégie et maintenant, nous la déclinons. Plus d'accessibilité, plus de contenus, une lecture plus plaisante. Tels sont nos objectifs. Enfin, d'autres pistes sont prévues : mieux appréhender la problématique des conditions de travail, intégrer un chapitre réseaux sociaux à certaines de nos formations, sensibiliser les militants à ces nouvelles formes de communication et créer une émulation. ♦



FO COM



FOcomTV



amy_focom



www.fo-com.com



FComTV

FComTV : notre chaîne fait monter l'audimat !

Aux États-Unis, YouTube a battu un record impressionnant : sur un seul mois, plus de 20 milliards de vidéos vues ! En France, YouTube est en deuxième position derrière Facebook en termes de notoriété. Force Ouvrière avait démontré la pertinence de l'alliance des vidéos et d'Internet en diffusant le 22^e congrès confédéral en direct sur son site. De notre côté, FComTV, sur YouTube, donne la parole à des militants ou des responsables de notre Fédération. Depuis 10 mois, 24 vidéos ont été ajoutées sur notre chaîne thématique. Jean-Claude Mailly intervient dans un centre d'appels chez France Télécom. Le philosophe André

Comte-Sponville nous parle du sens du travail. On a même filmé l'action FO COM du 18 juin dernier : « 200 facteurs en colère ». Des accords sont présentés par celles ou ceux qui ont négocié : accords Logement, Égalité, Guichetiers à La Poste et enjeux de l'égalité professionnelle à France Télécom.

FComTV :
www.youtube.com/user/FComTV



Ils ont dit...

« Les agences de notation prennent le risque de déstabiliser la planète financière qui sera privée de placements sûrs, ce qui pourrait précipiter une nouvelle crise mondiale. »

J. Quatrener, journaliste

« L'idée d'une croissance infinie a été poussée jusqu'à sa limite. Il n'est plus possible d'exiger, sur le long terme, des acteurs économiques une progression de 10 % par an de leurs bénéfices. »

S. Richard, président de France Télécom

« Les agences expriment des jugements entraînant une accélération de tendances déjà à l'œuvre. C'est comme pousser quelqu'un qui est au bord d'un ravin. »

P. C. Padoan, secrétaire général adjoint de l'OCDE

« Les agences de notation ne se contentent pas d'être des thermomètres des comptes publics, elles font monter la fièvre. »

D. Seux, editorialiste aux Échos

« Si les autorités françaises ne poursuivent pas la réforme des retraites, ne continuent pas de modifier la Sécurité sociale, il est incertain que S & P maintiennent la note AAA de la France. »

Standard & Poor's, agence de notation

« Beaucoup regretteront, une fois de plus, que l'impérialisme des marchés soit plus fort que le jeu de la démocratie politique. »

J. Camus, editorialiste à La République du Centre.

« La croissance a mangé son pain blanc. »

M. Touati, économiste

« Il faut que les gouvernements reprennent le pas sur la finance. »

JC. Mailly, Secrétaire général de Force Ouvrière

« Nous, les mégariches, continuons de bénéficier d'exemptions fiscales extraordinaires. Notre gouvernement doit s'atteler sérieusement au partage des sacrifices. »

W. Buffet, homme d'affaires le plus riche du monde