

## **Le nouveau logo de l'UGICT ou communiquer autrement !**

*Anny Gleyroux Ducom – IHS UGICT CGT*

En 1987, fini le parallépipède jaune des années soixante dix, déjà original : l'UGICT passe au coquelicot. La poésie du symbole est à peine atténuée par la découpe informatique de la fleur proposée comme nouveau logo.

Pour certains la démarche est anecdotique. Pour d'autres elle s'apparente à une vulgaire opération de marketing non appropriée, voire déplacée pour la CGT : « *un syndicat ne se vend pas* » disent-ils. Et pourtant l'impact de l'image n'est pas nouveau dans nos vies de syndicalistes même s'il est encore plus sensible dans cette fin de siècle : et là, est bien la raison de ce changement ! Donc si personne ne remet en question la symbolique du drapeau rouge ou celle des mains unies, ni l'importance de l'affiche, pourquoi ne pas s'autoriser une modernisation de l'image qui nous représente ?

Le choix de l'UGICT, sera bien la cible de quelques moqueries sympas, parfois sarcastiques de camarades de la CGT, mais nous sommes immédiatement très nombreux, militants et syndiqués enthousiasmés, à nous reconnaître dans ce logo car il nous ressemble et les quelques critiques négatives auront du mal à se détacher du fond, tant c'est la question de l'identité « différente et convergente » qui rejaillit chaque fois. Peut être que le neuf de la forme a parfois gêné face à une opération menée comme une vraie campagne de publicité, mais jamais nous n'avons perdu de vue nos orientations syndicales. A contrario s'engager encore mieux, c'est bien de ça qu'il s'agit à une époque où l'image est omniprésente dans notre culture, de la BD à la pub, du livre à la presse et au WEB devenu le premier média. Il faut lire vite et le logo doit remplacer un long discours, impressionner la rétine et prolonger l'impact au niveau de la pensée pour une meilleure information. Plus noble, l'imaginaire suscité ouvre le champ d'une pensée critique.

A l'interne comme à l'externe, ce logo nous a permis de développer une vraie réflexion sur qui nous sommes. L'image recouvre une nature précise, suggère des affirmations de principe, des particularités de comportement que nous exposons, que nous approfondissons au concret de nos activités. Sans cette éthique l'image ne serait que symbole vide, virtuel ou esthétique : l'engagement de l'UGICT et de ses syndiqués de ces années-là en témoigne. Certains copains nous appellent parfois familièrement les Coquelicots. C'est comme s'il y avait autour de notre UGICT plus de joie dans l'air et plus de légèreté et c'est ainsi que nous vivons notre engagement du moment.

Le chantier de la transformation du syndicalisme ICTAM se montre au grand jour, s'affiche dans nos campagnes d'affichage et se confirme sur les banderoles et sur les tracts de lutte.

La démarche même du bureau de l'UGICT lors de la recherche de ce nouveau logo, s'adressant à des étudiants, futurs publicistes et syndiqués potentiels, démontre sa volonté offensive d'ouverture et sera une autre signification mise en évidence.

Pour ceux qui seraient passés à côté, revenons pour le plaisir et pour l'orientation mise en œuvre dans cette démarche, sur quelques symboliques qui ont prévalu au choix du message.

Si le coquelicot n'est qu'une fleur des champs il est aussi l'une des trois fleurs qui composent le bouquet révolutionnaire : retour vers la nature, associée à notre culture.

Rouge sang, amour et lutte, par ses découpes arrondies il renvoie poétiquement au cœur et à l'âme, mais il figure la solidarité et la masse car il ne pousse qu'en colonies et en nombre. De surcroît il résiste à tous les pesticides dans nos champs de France : la résistance va sans dire et l'écologie pointe son nez. La découpe informatisée de l'image sera le ralliement des cadres et professions techniques qui s'imposent dans ces années quatre vingt. Mais à vous de trouver quelques autres sens cachés.

Quelques années plus tard, le coquelicot reprendra une forme plus épurée, ouvrant davantage à l'imagination. La France s'y détachera toute petite en noire, minuscule cœur de la tâche rouge, rappelant la dimension nationale de notre organisation au sein d'un syndicalisme Européen qui évolue. Sa reconnaissance élargie, au moins au sein des orgas CGT qui parlent de nos diversités, comme le logo de l'UGICT et des ICTAM est en même temps une acceptation de ce syndicalisme-là.

Entre temps la confédération, elle aussi va moderniser l'image de son logo et s'engager nettement dans une modernité de forme qui ne trompe pas, car en adéquation avec un fond dont l'évolution s'affirme en positif. Quant à nous, plus de vingt ans après, nous pouvons encore dire comme lors de ce lancement mystère que « *le coquelicot est vraiment une fleur qui veut dire quelque chose !* »