



# le travail

du permanent

Vol. 5 — No 23

18 août 1969

## LES VENDEUSES DANS LES GRANDS MAGASINS

(1)

**NDLR** — "La misère dorée du commerce". c'est ainsi qu'un journaliste décrit la situation décourageante des vendeuses dans les grands magasins de France. L'article de M. Appert, publié dans le numéro de mars-avril de la revue "Economie et humanisme", s'applique très bien à la situation des vendeuses chez nous. Nous le reproduisons dans le but de faire mieux comprendre le travail que la Fédération du commerce accomplit auprès des employés de magasins. Dans la première tranche, l'auteur décrit la détérioration du métier de vendeuse, à cause des changements dans les procédés de vente.

La deuxième partie, qui sera publiée la semaine prochaine, évoque une technique d'exploitation que nous connaissons bien chez nous, celle d'entretenir la méfiance et la jalousie entre les employés, ce qui rend extrêmement difficile la syndicalisation.

par M. APPERT

« Ce n'est plus qu'un sauve-misère »... « Le métier est fichu, ça va devenir de plus en plus l'usine ici ». C'est ainsi que certaines vendeuses de grands magasins et magasins populaires (Monoprix, Prisunic, etc.) parlent de leur travail. « Dans le temps, celle qui ne savait rien faire se mettait bonne à tout faire, maintenant elle se mettra vendeuse...! ».

Or le personnel féminin de vente ne cesse d'augmenter: le nombre des vendeuses est passé de 201,220 en 1954 à 258,700 en 1962, ce qui représente un accroissement de l'ordre de 30%. A côté des grands magasins traditionnels, dont certains existent depuis une centaine d'années, de nouvelles formes de commerce se développent rapidement: il se crée actuellement un supermarché tous les trois jours et un magasin populaire par semaine. Ce passage du commerce traditionnel à la distribution de masse entraîne une évolution des techniques de vente, de l'organisation du travail, donc une évolution du métier de la vendeuse et du contexte dans lequel il s'exerce

Est-ce une des raisons pour lesquelles certaines vendeuses s'expriment de façon si amère? En quoi consiste actuellement le travail de la vendeuse, comment est-il vécu, quels conditionnements entraîne-t-il? Pour répondre à ces questions, il a été procédé à un enquête approfondie par questionnaires et entretiens

auprès d'une centaine de vendeuses de grands magasins et magasins populaires tant à Paris qu'en province.

### EVOLUTION DE LA QUALIFICATION

Au premier abord, il semble facile de décrire le travail d'une vendeuse: elle doit d'abord et essentiellement vendre. Mais il y a plusieurs sortes de ventes.

La vente, ce peut être « faire l'article », ce qui implique un dialogue entre la vendeuse et la cliente. La vendeuse présente, propose, conseille, influence.

Mais la vente c'est aussi « faire le débit », et dans ce type de vente le dialogue n'existe plus. La cliente choisit seule, la vendeuse doit seulement encaisser et faire le paquet.

D'autres tâches s'ajoutent à la vente: faire les « existants », c'est-à-dire procéder à l'inventaire de ce qu'il y a en rayon; aller chercher la marchandise dans les réserves quand il n'y a pas de réservistes ou de manutentionnaires; regarnir le rayons; faire le ménage; remettre de l'ordre continuellement après le passage des clients; faire les écritures; parfois réceptionner, déballer ou marquer quand il n'y a pas de personnel spécialisé pour cela.

L'évolution des techniques de vente et de l'organisation de la vente pousse de plus en plus le métier de vendeuse vers celui de « débitrice ». La vendeuse traditionnelle, la « demoiselle de magasin », qui avait la fierté de son métier et dont le rôle s'aureolait d'un certain prestige, tend à disparaître. La phase préparatoire à l'acte de vente a en partie complètement disparu, le dialogue vendeur-cliente a souvent dégénéré. Les marchandises sont toutes exposées en rayon, les prix sont visibles, le client n'est plus servi mais se sert lui-même. La vendeuse prend l'objet, le marque à la caisse, reçoit l'argent, rend la monnaie, met l'objet dans un paquet qu'elle tend à la cliente. L'expérience professionnelle et l'« art » de la vente sont remplacés par la vitesse: tous ces gestes doivent être exécutés très rapidement car un autre client attend. **L'échange de paroles n'est plus nécessaire: « on ne dit même plus ni merci ni au revoir ». Le travail qualifié de vendeuse est devenu un travail de manoeuvre distributrice de marchandises.**



Au terme de l'évolution il y a disparition complète des vendeuses: c'est le libre-service. Il reste un personnel sans aucune qualification qui a pour tâche de regarnir les rayons: «gondolières» ou «réapprovisionnementneuses». Cette déqualification du métier est bien ressentie comme telle par la majorité des vendeuses, surtout par celles qui ont une certaine expérience de la vente.

Parmi les vendeuses interrogées, 80% préfèrent l'article: «C'est beaucoup mieux de faire l'article. Moi j'aime mon métier et c'est l'article qui est le métier. J'ai horreur du débit, on devient une automate». «L'article, c'était l'agrément du travail, le débit c'est de la manutention. On n'est plus que des manutentionnaires». «70% des clients nous prennent pour des machines. Autrefois, le client prenait la vendeuse pour le conseiller, la vendeuse était considérée. Maintenant, certains clients nous prennent pour de véritables chiens».

Les conditions dans lesquelles s'exerce ce travail pourraient contrebalancer son manque d'intérêt croissant. Mais il n'en est rien. Au contraire.

### CONDITIONS DE TRAVAIL

Au manque d'intérêt et à la conscience de la déqualification, s'ajoute la pénibilité d'une profession souvent ressentie comme très fatigante. On conçoit facilement que le travail d'une ouvrière soit épuisant. Cela semble moins évident pour celui de la vendeuse.

Parmi les vendeuses interrogées, 48% déclarent avoir eu des troubles d'origine professionnelle (troubles nerveux, troubles de la circulation, etc.) et, pour toutes, les causes de fatigue sont les suivantes: la position debout (65%), la fatigue nerveuse (21%), la manutention (6%), les clients (3%).

A cette fatigue physique s'ajoute, et de plus en plus, une fatigue d'origine nerveuse. Parmi les vendeuses ayant eu des troubles d'origine professionnelle, 59% citent les troubles nerveux. Il faut noter un fait particulièrement grave et qui mérite de retenir l'attention: ces troubles nerveux (il s'agit souvent de dépressions nerveuses) affectent davantage les jeunes que les vendeuses âgées. La moitié des personnes qui s'en plaignent ont moins de 25 ans.

Légalement, les vendeuses doivent avoir un siège à leur disposition et pouvoir l'utiliser. Or 65% des employées ne s'assoient pratiquement jamais, alors que le code du travail les y autorise et que la position debout est ressentie comme une des causes principales de la fatigue. Pourquoi cette situation paradoxale?

Dans les trois quarts des cas, cela est dû à l'attitude des chefs, à l'absence de sièges ou à leur interdiction. L'interdiction formelle de s'asseoir est relativement peu fréquente, bien qu'on la rencontre parfois; le plus souvent, on fait comprendre à la vendeuse, de façon plus ou moins précise, qu'elle doit rester debout; cela va d'une sorte de chantage à la conscience professionnelle à des réflexions aigres-douces.

Les vendeuses se trouvent soit dans des «bergeries», soit dans des «gondoles» (ou «galeries»). Lorsque c'est une gondole, les marchandises sont exposées sur des galeries autour desquelles la vendeuse va et vient. Cette formule permet de circuler librement

mais elle s'avère pleine d'inconvénients quand il y a beaucoup de clients: on est continuellement bousculé, heurté, on reçoit les paquets et les filets dans les jambes. Une vendeuse en galerie près du rayon «entretien» se plaint d'avoir les jambes couvertes de bleus causés par les filets remplis de paquets de lessive et autres produits d'entretien.

Les bergeries seraient plus «confortables» si elles étaient toujours conçues de telle façon que plusieurs employées puissent s'y tenir et circuler sans se gêner; mais c'est souvent le contraire, surtout dans les magasins populaires. Une vendeuse en papeterie d'un magasin populaire (rayon à très fort débit) citait le cas de sa bergerie: trois vendeuses debout toute la journée dans un espace de six mètres de long sur soixante-quinze centimètres de large. Elles ont à peine la place de se croiser, se gênent continuellement. «C'est épuisant en fin de journée quand on a eu à se croiser rapidement des dizaines de fois en se dérangeant mutuellement à chaque fois...!».

La vendeuse est sous une double dépendance: celle des chefs, celles des clients «Les clients ont tous les droits; le soir, je ne peux plus supporter de voir des gens». Dans les magasins populaires, où le dialogue vendeuse-clients a pratiquement disparu, c'est le défilé continu des clients qui est éprouvant. «Tout le monde vous crie dessus en même temps. Avant j'étais calme, énergique, maintenant je suis une loque». «J'ai été à la parfumerie pendant trois mois, mais je ne pouvais supporter ça. J'en étais malade parce que ce n'était que du débit. Je ne souriais plus, je ne parlais plus».

Les vendeuses, sollicitées de tous côtés par les clients impatients et pressés, ont à supporter également l'attitude des chefs. Et ils peuvent être nombreux à tourner autour des rayons, à observer, à surveiller. Une vendeuse peut avoir au-dessus d'elle: une seconde, une première vendeuse, un chef de rayon, un directeur du personnel, un ou plusieurs directeurs et sous-directeurs. Il y a aussi les «inspecteurs», chargés théoriquement de la surveillance directe des clients mais qui, en fait, surveillent surtout le personnel, notent parfois sur des carnets, font toujours des rapports à la direction.

Autre facteur de tension nerveuse: le bruit. C'est d'abord le brouhaha indistinct et confus de la foule, puis tous les bruits qui s'y ajoutent: sonnettes, annonces, appels, réclames, musique. «La musique est beaucoup trop forte. J'ai eu une collègue qui en a eu les nerfs détraqués. Et les annonces sont encore plus fortes quand il a beaucoup de gens, c'est infernal».

Chaque rayon a son propre rythme de fatigue, mais, pour tous les rayons, la pire période est celle des fêtes de fin d'année, attendue avec appréhension par toutes les vendeuses. Le mari d'une employée, assistant à l'interview de sa femme, déclarait: «Ce ne sont pas des fêtes pour nous, c'est le plus dur. Pendant un mois, on ne peut parler à ma femme. Elle rentre épuisée le soir, mange vite un casse-croûte, puis se couche. Ce n'est pas une vie».

Malgré cette tension nerveuse, la vendeuse doit continuellement rester souriante, douce, patiente, aimable, attentive. Elle est dans l'obligation de toujours se contrôler et ne peut jamais exprimer librement fatigue ou énervement. Et cette fatigue nerveuse, elle la traîne avec elle, après le travail, dans les trans-



ports, puis chez elle où elle retrouve les courses à faire, le dîner à préparer, les enfants, le mari, etc.

D'autres causes de fatigue sont encore à noter: **la manutention**. Certains rayons sont particulièrement pénibles: tissus, vaisselles, outillage, etc., parce que les objets vendus sont lourds. Lorsqu'il n'y a pas assez de réservistes, les vendeuses vont elles-mêmes chercher leur marchandise: « On doit aller dans les réserves, c'est le plus dur. C'est honteux que ce soit des femmes qui fassent ça. J'ai eu un arrêt de travail à cause de mon dos fatigué. Les ascenseurs sont toujours occupés, alors on monte et on descend à pieds. On va quinze à vingt fois par jour aux réserves;».

**L'éclairage**. 45% des vendeuses interrogées se plaignent d'avoir eu des troubles de la vue à cause de l'éclairage du magasin. Les jeunes vendeuses en sont atteintes autant que les vendeuses plus âgées.

Les vendeuses mettent également en cause **la mauvaise aération**, surtout aux périodes de grande vente. Quand il y a une foule de clients, l'atmosphère surchauffée est irrespirable.

En conclusion, il apparaît qu'on demande aux vendeuses une productivité accrue dans des conditions de travail qui empirent. Pour que le nombre des ventes soit le plus élevé possible, on fera tout pour attirer le client, le séduire, le retenir: lumière violente, musique, annonces, réclames, etc. Par ailleurs, on essaiera de faire des économies sur la surface de vente et le personnel; pour augmenter la surface de vente, on a réduit le cubage d'air respiré: création d'étages supplémentaires, fenêtres condamnées, plafonds surbaissés, bergeries plus étroites, sièges supprimés.

Le personnel a été réduit. on pourrait citer bon nombre de grands magasins, tant en province qu'à Paris, où, pour un volume d'affaires plus élevé que celui d'avant-guerre, l'effectif employé est resté stationnaire ou a diminué. Ici la mécanisation et le progrès technique ont peu joué. Si le chiffre d'affaires a augmenté, cela est dû au travail supplémentaire de la vendeuse.

A cette brève description des conditions de travail, il faudrait ajouter le problème des horaires de travail et de leur répartition. Toute une série d'éléments sont à prendre en considération:

— il y a d'abord les « heures d'équivalence » qui tendent à disparaître, mais existent encore dans de nombreux magasins: les vendeuses sont payées 40 h, pour un travail de 42 h dans les rayons non alimentaires et de 46 h dans les rayons d'alimentation.

— légalement, les employées de magasin ont droit à deux jours consécutifs de repos par semaine: samedi et dimanche, ou dimanche et lundi. Or cette règle est fort peu respectée.

— dans certaines villes touristiques, les vendeuses ne sont pas autorisées à prendre leurs vacances en été et doivent travailler six jours par semaine pendant les mois de juillet, août et septembre, alors que le mari et les enfants partent seuls en vacances.

— la tendance à pratiquer les « nocturnes », c'est-à-dire l'ouverture certains soirs jusqu'à 21 h ou 22 h, s'étend, ainsi que l'ouverture le dimanche matin. Il est donc de plus en plus difficile à une employée d'avoir une vie de famille normale.

## LES DIFFERENTS STATUTS POSSIBLES

Parmi les vendeuses interrogées, 13% seulement ont un C.A.P. de vendeuse. Dans les grands magasins, on embauche de préférence des femmes ayant une certaine expérience du métier ou une qualification professionnelle. Dans les magasins populaires, il n'y a aucune exigence à l'embauche. Quels que soient les magasins, les meilleurs atouts sont: la jeunesse, une bonne présentation, un aspect extérieur agréable. Après un certain âge, autour de 35-40 ans, une femme ne sera plus embauchée. Celles qui ont voulu s'arrêter de travailler pour élever leurs enfants ont énormément de mal à trouver un magasin qui accepte de les reprendre.

La jeune fille qui entre au magasin comme apprentie est particulièrement exploitée. Nous avons rencontré en province des apprenties qui travaillaient 40 h par semaine, leurs cours ayant lieu pendant la journée de repos, et étaient payées mensuellement 62 F la première année, 80 F la seconde année, 150 F la troisième année (1).

Parfois l'apprentie reste dans les réserves pendant presque toute la période de son apprentissage: elle déballe les colis, fait la marque, colle les étiquettes, mais n'apprend absolument pas le métier de vendeuse. Parfois, au contraire, on lui fait faire absolument le même travail qu'une vendeuse, alors qu'elle reçoit un salaire dérisoire.

Les apprenties qui ont été reçues au C.A.P. après trois ans d'apprentissage ne sont pas sûres pour autant d'être gardées au magasin. Cela dépend de la direction: certaines resteront, d'autres non, sans que l'on sache pourquoi.

La cliente qui s'adresse à une vendeuse croit avoir toujours affaire au même type d'employée. Or elle peut avoir en face d'elle une « auxiliaire », une « titulaire », une « démonstratrice »

Les **auxiliaires** elles-mêmes se divisent en deux catégories.

Ce sont d'abord les vendeuses qui viennent d'entrer au magasin, avant leur titularisation. Ce statut devrait concerner une faible proportion de vendeuses (les « nouvelles ») pendant un laps de temps relativement court (six mois à un an). Or il tend à se stabiliser pour un nombre croissant de vendeuses.

Ce sont aussi les employées embauchées pendant les périodes de pointe (on les appelle également « temporaires », « intermittentes »). Elles travaillent à temps plein mais pendant une courte période. Dans la région parisienne, par exemple, elles sont employées d'octobre à janvier ou au moment des congés: « Quand il y a des licenciements, c'est là qu'on voit beaucoup de filles pleurer ». Elles n'ont pas les mêmes avantages que les autres vendeuses et sont en général payées comme une employée débutante. Elles ne sont jamais sûres qu'on les reprendra d'une fois sur l'autre; et lorsqu'elles sont embauchées, elles ne savent souvent pas exactement combien de temps on les gardera. Comme l'écrivait une militante du commerce dans un tract: « Temps partiel = présentation

(1) Ces chiffres datent de 1965-1966.

avantageuse et pratique pour les femmes mariées, qui cache en fait une formule avantageuse et pratique pour refuser aux employées à temps partiel la **parité** des salaires et les avantages des mensuels ».

Il n'y a en général aucune règle concernant la titularisation des auxiliaires. C'est « au bon vouloir » du patron, « à la cote d'amour », « à la tête de l'employée ». Certaines vendeuses sont titularisées au bout de huit à neuf ans alors que, dans le même magasin, une vendeuse embauchée depuis un an est déjà titularisée. Dans certains établissements les femmes mariées ne sont jamais titularisées.

Le contrat des auxiliaires est renouvelé chaque mois; elles n'ont aucune sécurité d'emploi et peuvent être licenciées sans raison si la direction le juge utile. Par ailleurs, elles n'ont pas les mêmes avantages que les titulaires: en général elles sont payées à l'heure et ne touchent pas de primes. On peut les faire changer de rayon selon les besoins, alors que la grande majorité des vendeuses préfère avoir un rayon fixe: « On a plus de goût au travail quand on a un rayon à soi ». Elles n'ont pas de jour fixe de repos dans la semaine: « On ne sait jamais quel jour de la semaine on va avoir, on ne peut pas prévoir, j'ai déjà eu tous les jours de la semaine » Ce sont souvent elles qui sont chargées de faire les « corvées » dont les titulaires ne veulent pas: vente sur le trottoir, etc.

Fréquemment les auxiliaires sont employées à temps partiel. Dans certains magasins, elles sont prévenues chaque samedi du nombre de jours de travail qu'elles auront la semaine suivante. Elles ignorent donc, d'une semaine sur l'autre, combien de jours elles travailleront et quel salaire elles auront. « Chaque semaine, c'est une véritable hantise: combien de jours va-t-on travailler la semaine prochaine? On en vient à souhaiter qu'une vendeuse soit malade pour être sûre d'avoir du travail! ». Les auxiliaires n'ont même pas la possibilité de chercher un autre travail en complément parce qu'elles ne savent pas quels jours de la semaine elles seront convoquées, et qu'elles doivent constamment se tenir à la disposition du magasin.

Lorsqu'une vendeuse devient « enfin » **titulaire**, elle est théoriquement sûre de son emploi, mais, en fait, il est relativement facile de la renvoyer. On trouve souvent des motifs de licenciement tels que ceux-ci: « pas faite pour le commerce », « incompatibilité d'humeur », « compression du personnel », « baisse du chiffre d'affaires », etc. Par ailleurs, si la direction ne trouve vraiment aucun moyen de renvoyer une employée, elle peut facilement lui rendre la vie si difficile que la vendeuse partira d'elle-même.

Les **démonstratrices** dépendent non du magasin mais de la maison dont elles représentent la marque. Les grands magasins louent l'emplacement des stands aux marques et prélèvent des pourcentages élevés sur les chiffres d'affaires réalisés par les démonstratrices. Dans certains grands magasins de Paris, elles constituent les deux tiers du personnel. Elles sont payées par la maison qui les emploie: elles ont en général un fixe relativement peu élevé et un pourcentage sur le chiffre de vente. Leur emploi n'est pas garanti: elles doivent « faire » un certain chiffre, sinon elles risquent d'être mises à la porte. Certaines maisons sont très dures et prennent des sanctions quand

le chiffre n'est pas fait. Faire le chiffre le plus élevé possible pour être sûres que, le magasin d'une part, la marque d'autre part, les garderont. C'est la hantise des démonstratrices.

L'évolution substitue donc peu à peu au personnel titulaire un personnel à situation juridique complexe, aux liens de subordination mal définis, aux conditions de rémunération parfois très dures, souvent en marge de la législation sociale, et difficilement organisable. Cette insécurité plus ou moins grande, propre à chaque statut, se situe dans un contexte général marqué par le manque de travail. Cette situation est largement exploitée par la direction quand les vendeuses se plaignent: « **Les portes sont grandes ouvertes: celles qui sont capables de faire autre chose peuvent quitter le magasin immédiatement** ».

(A SUIVRE)



### Chief officer — Agent en chef, directeur général

En anglais, on rencontre très fréquemment le mot "officer" ou encore l'expression "chief officer" qui est souvent rendue par le mot "officier" ou "officier en charge" ou "l'officier en chef" qui sont des anglicismes.

Une façon de rendre cette expression anglaise consiste parfois à utiliser le mot "agent". Ainsi, on pourra parler de l'agent en chef ou du directeur général dans des expressions comme l'agent en chef du ministère ou d'un service ou le directeur général des élections, etc.

### Stress

Ainsi que nous l'avons déjà dit, l'Académie des Sciences refuse droit de cité à ce terme mis en faveur par le professeur Selye, de l'Université de Montréal. Le directeur de l'Institut Pasteur d'Alger, le docteur Edmond Sergent, vient d'y consacrer une brochure pour en montrer l'inutilité. Parmi les équivalents qu'il a trouvés dans des ouvrages français récents, il mentionne: agression, choc, astreinte, pression, tension, commotion, déséquilibre, perturbation, etc., etc. Comme quoi on n'a que l'embaras de choix.

## le travail

du permanent

Un aperçu hebdomadaire des questions qui intéressent les permanents de la CSN.

Responsable: Service de l'information et des communications de la CSN.

Composition et impression: Les Editions du Richelieu Limitée 100, rue Bouthillier, Saint-Jean, P.Q.

Tél.: Saint-Jean 347-5326  
Montréal 658-0613