



le travail

du permanent

Vol. 5 — No 24

1er septembre 1969

LES VENDEUSES DANS LES GRANDS MAGASINS

(2)

NDLR — Voici la deuxième tranche de l'article de M. Appert, publié dans le numéro de mars-avril de la revue "Economie et humanisme", sur la situation des vendeuses dans les grands magasins. On remarquera que les difficultés du syndicalisme dans le secteur commerce, en France, ressemblent étrangement à celles que nous connaissons ici.

La promotion

Les vendeuses sont classées en "catégories" ou "coefficients" dont la dénomination et le contenu varient selon les magasins. Parfois des accords de salaires réglementent le passage d'une catégorie à l'autre. Mais, souvent, soit les accords ne sont pas respectés ou le sont avec beaucoup de retard, soit il n'y a pas d'accord et la promotion se fait finalement au gré de la direction. Il faut plaider pour changer de catégorie: plaire aux chefs, plaire à la direction, être "bien vue".

Un grand nombre de vendeuses se plaignent du fait que la jeunesse et l'aspect physique comptent souvent beaucoup plus que l'expérience et la compétence. C'est ce qu'elles appellent le "pin-upage": il faut être jeune, jolie, agréable, et alors on a les meilleurs rayons, les plus grosses primes, les plus hautes catégories. "Dès qu'on n'a plus une apparence agréable c'est fini. Il y a une sorte de désespoir de la profession, parce qu'on sait qu'on ne montera pas, qu'on aura, au mieux, un tout petit plus avec l'ancienneté, que si on va ailleurs on gagnera moins, qu'à mesure qu'on vieillit ça devient moins sûr, qu'il faut toujours se surveiller pour ne pas être mise à la porte. En usine, la vieille ouvrière est considérée, elle a de l'expérience, elle forme les jeunes. Ici, c'est le contraire: plus on vieillit, plus on risque d'être fichue dehors!

Niveaux et structure des salaires

D'une manière générale, les salaires dans le grand commerce sont très bas. En province, la moyenne tourne autour de 400 et 500 F par mois. Une jeune fille nouvellement entrée au magasin gagnera environ 400 F ou un peu moins; au bout de plusieurs années elle atteindra de 450 à 550 F, ou un peu plus si elle travaille dans un magasin qui "paye bien"; Voici deux exemples significatifs: une vendeuse qui

avait son C.A.P. et cinq ans d'ancienneté: 613,46 F net; une autre vendeuse, après quatre ans de maison: 390 F! A Paris, les salaires moyens sont plus élevés: autour de 550 F dans un magasin populaire, de 700 à 800 F dans un grand magasin.

Cette situation est d'autant plus cruellement ressentie que la vendeuse vit huit heures par jour dans une atmosphère artificielle d'abondance, entourée d'une quantité d'objets qui lui font envie, qui lui créent continuellement de nouveaux besoins, alors que son budget ne lui permet pas de les acheter.

Pour palier au bas niveau des salaires, certaines employées pratiquent le travail noir: elles sont ouvreuses dans des théâtres ou des cinémas le soir, plongeuces ou serveuses le dimanche dans des restaurants ou des bars, femmes de ménage dans des bureaux le matin ou le soir en dehors des heures de travail au magasin. Le manque d'argent conduit parfois jusqu'à la prostitution.

Le salaire se compose en général d'un fixe qui varie, selon les catégories, d'une prime d'ancienneté et de diverses autres primes.

Une grande anarchie règne en ce qui concerne les primes. Il y en a de toutes sortes: "prime de plus-value", de "masse", de "rendement", de "rayon", de "valeur professionnelle", de "technicité", de "roulement", "super-prime", etc. La prime peut être calculée sur le chiffre d'affaires du magasin, sur celui du rayon, être individuelle, collective, etc. Mais ce qui est commun à tous les magasins, c'est la manière dont les primes sont réparties: le plus souvent c'est encore au gré de la direction. Il arrive qu'une vendeuse ayant dix années d'ancienneté touche une prime plus faible qu'une collègue entrée au magasin depuis quelques mois. "On ne se dit jamais les salaires parce qu'aucun n'est pareil. Il y a trop d'injustices, ça ferait des histoires".

Les primes constituent donc, pour la direction, un excellent moyen de pression: elles peuvent servir de menaces, de récompenses et, dans tous les cas, elles maintiennent la discorde entre les vendeuses.

La **guelte** est un autre élément du salaire, constituée par un pourcentage sur la marchandise ven-

due. Ce système de rémunération qui avait en partie disparu tend à réapparaître. Cette formule, qui laisse croire à chaque vendeuse qu'elle est la seule maîtresse de son salaire, peut engendrer toutes sortes d'abus et crée de grandes tensions entre les employées devenues rivales et concurrentes.

Si on reprend les divers éléments qui viennent d'être analysés ici, tant en ce qui concerne les divers statuts possibles que la promotion et le salaire, on est frappé par la diversité des formules selon les établissements et le rôle que joue l'arbitraire patronal. **Il semble qu'il y ait une politique du personnel plus ou moins consciente, plus ou moins voulue, qui vise à isoler les vendeuses, à les rendre rivales les unes des autres, à créer entre elles un climat de jalousie et de méfiance. Il faut essayer de se débrouiller individuellement, se tenir tranquille dans son coin, ne rien faire et ne rien dire qui puisse déplaire, ignorer les autres et les problèmes collectifs. De tout cela dépendent la nécessité de l'emploi, la promotion, le salaire, etc.** "Si on tire dans les pattes des autres, on monte. Si on moucharde, on est bien vue". "Il y a beaucoup de papotages, de rapportages au chef pour monter plus vite. Ça ne fait pas une bonne ambiance. Si on ne plaît pas au chef de rayon, on ne monte jamais".

Il n'y a aucune "solidarité concrète" entre les vendeuses. D'où des comportements individualistes, une grande difficulté à concevoir l'action collective. **Cela n'est certainement pas sans conséquences graves pour le syndicalisme.**

Place dans la société

Ces vendeuses, soumises à un travail déqualifié, à de pénibles conditions de travail, à des salaires très faibles, ne se sentent cependant pas, pour la majorité, solidaires des autres catégories de travailleurs. A la question: "Dans laquelle de ces catégories vous placeriez-vous: classe des travailleurs, classe moyenne, classe bourgeoise?", elles ont répondu:

Dans la classe des travailleurs	41%
Dans la classe moyenne	55%
Je ne sais pas	4%

D'où vient pour elles la différence essentielle qui les sépare de la classe ouvrière? Ce n'est pas le salaire: 20% seulement pensent être mieux payées que les ouvrières d'usine. Ce qui leur semble déterminant, c'est la différence de mentalité: 70% des vendeuses de l'échantillon estiment que de profondes différences de mentalité et de genre de vie les séparent des ouvrières d'usine. C'est surtout en fonction de cela qu'elles se situent dans la classe moyenne. Continuellement en contact avec la clientèle bourgeoise qu'elles servent, surtout dans les grands magasins, les vendeuses sont amenées, plus ou moins consciemment, à l'imiter dans leur langage, leurs attitudes, à s'identifier à elle. Elles se prennent à ce jeu qu'on leur fait jouer et ne se reconnaissent plus du monde ouvrier.

Pour certaines vendeuses, cette différence est superficielle et n'entraîne pas le sentiment d'appartenance à une autre classe que celle des travailleurs. "Les ouvrières d'usine se prennent pour ce qu'elles sont, elles au moins. Les vendeuses se prennent pour de grandes dames. Elles le croient parce qu'elles parlent avec des gens plus élevés, parce qu'elles ont un

costume et non un bleu de travail...". **"Chez nous la vulgarité, c'est camouflé. C'est la "misère dorée" du commerce".**

Mais pour la majorité des vendeuses cette différence est essentielle: quand elle entre au magasin, la vendeuse quitte la classe des travailleurs, même si son père et son mari sont ouvriers. "Il y a des différences énormes. Ce n'est pas une très jolie mentalité en usine. Il y a des laisser-aller physiquement. C'est tout à fait bas comme niveau". "Ici, il y a une réticence quand une fille arrive de l'usine. Quand on sait qu'elle vient d'une usine, on dit que c'est une "fille d'usine", on est méchant avec elle".

Les vendeuses et le syndicalisme

Au terme de cette courte analyse, il apparaît que ce milieu professionnel, avec les divers conditionnements qu'il subit, est un milieu dans lequel l'action syndicale se heurte à un grand nombre d'obstacles. Un certain nombre de difficultés tiennent au milieu de travail.

L'individualisme règne particulièrement dans ce milieu où toute une série d'éléments (structure des salaires, primes, statuts, promotion) créent un climat de lutte et de compétition, isolent les vendeuses les unes des autres, les rendent rivales. "Ici personne ne s'entend. Il suffirait d'un terrain de bonne entente et d'une militante appréciée pour que le syndicat marche. C'est surtout important pour les femmes, la bonne entente".

La peur constitue un autre obstacle. La direction dispose d'un certain nombre de moyens de pression et il est relativement facile de renvoyer une employée. Certains patrons du commerce ont une attitude nettement anti-syndicale. "Le patron a dit que s'il y avait une employée syndiquée il la mettrait à la porte. Tout le monde le sait. Je n'ai dit à personne que j'étais syndiquée". Les auxiliaires et les démonstratrices sont rarement syndiquées, parce qu'elles risquent trop facilement de perdre leur place: or elles constituent une proportion croissante de vendeuses.

Les vendeuses dans leur ensemble, ne se sentent pas solidaires de la classe ouvrière. S'il n'y a pas de solidarité à l'intérieur du magasin, il n'y en a pas non plus entre les employées de grand magasin et les autres catégories de travailleurs. Certaines vendeuses nous ont déclaré qu'elles avaient hésité à se syndiquer parce que "ça fait ouvrier".

D'autres difficultés tiennent du fait que c'est un milieu féminin:

La situation de travail est souvent vécue comme marginale, secondaire, accidentelle, même si elle doit durer jusqu'à la retraite. On présente à la femme son rôle de travailleuse comme un rôle accidentel, qui n'est pas "naturellement" le sien, mais qu'elle doit endosser pour des raisons économiques, alors que tous ses centres d'intérêt sont ailleurs. **La situation de travail est souvent vécue comme temporaire, même si elle dure: les jeunes pensent qu'elles travailleront jusqu'au mariage; les jeunes mariées jusqu'au premier enfant; les mères de famille jusqu'à ce qu'elles n'aient plus besoin d'un surplus budgétaire pour élever les enfants, etc. Cela peut entraîner une sorte de passivité à l'égard du travail professionnel, une attitude de non prise en charge des problèmes rencontrés: "C'est déjà assez embêtant d'être obligée**



de travailler, si en plus il faut se bagarrer dans le syndicat..."

Un certain nombre de femmes quittent le travail lorsqu'elles se marient, au premier ou au deuxième enfant, quand les enfants sont élevés, etc. Il en résulte un roulement très néfaste au syndicalisme. Les responsables s'en plaignent parfois: "La majorité des filles que j'ai éveillées et formées au syndicalisme ont quitté le magasin pour se marier ou au premier enfant. C'est décourageant".

Pour certaines vendeuses, le salaire est considéré comme un **salaire d'appoint** qui vient compléter celui du mari. "Une femme, en général, part du principe que, tant que le patron ne l'embête pas trop, elle reste tranquille. C'est souvent un salaire d'appoint: alors elle ne va pas encore se faire un souci de plus en se syndiquant et en se mettant à dos le patron". "Les femmes qui travaillent pour un peu plus de bien-être n'ont pas envie que leur travail soit une occasion d'avoir des ennuis. Les autres, qui travaillent par obligation, ne veulent pas risquer de perdre leur place".

Les femmes mariées, et surtout celles qui ont des enfants, doivent faire face à de très **lourdes tâches matérielles** et disposent de **très peu de temps libre**.

Quand le syndicalisme les touche, les femmes ne sont absolument **pas formées** ni préparées à comprendre et à accepter l'idée du syndicalisme, si ce n'est celles qui ont appartenu à des mouvements de jeunesse. Le syndicalisme, la politique, tout cela forme un domaine confus, essentiellement réservé à l'homme. L'adhésion à un syndicat est souvent vécue, non comme l'adhésion à une organisation, mais à une personne en qui on a confiance. Les femmes peuvent donc se syndiquer très rapidement par sympathie, mais elles abandonnent aussi vite.

L'adhésion à un syndicat est souvent ressentie comme une attaque personnelle contre le directeur. "Je ne veux pas me syndiquer, ça lui ferait de la peine. Il ne m'a rien fait, à moi". Dans ces conditions, le paternalisme que l'on rencontre souvent dans les grands magasins de province prend à fond. "Pourquoi me syndiquer? Le patron a toujours été gentil avec moi...". De plus, l'attitude du mari est souvent négative vis-à-vis du syndicat. Certains acceptent, à la rigueur, que leur femme soit syndiquée, mais à condition que cela ne l'occupe pas en dehors du travail professionnel. Ils refusent qu'elles aient des responsabilités, qu'elles aillent aux réunions, et à plus forte raison à des sessions syndicales.

La situation objective de la vendeuse, telle qu'elle ressort de cette enquête, apparaît comparable à celle de l'ouvrière d'usine sur plusieurs points essentiels: personnel féminin, absence de qualification, très bas niveau de salaires.

Or la vendeuse et l'ouvrière d'usine perçoivent leur situation de travail et leur insertion dans le monde du travail de manière très différente. Les ouvrières d'usine ont davantage conscience de leur propre exploitation et de la solidarité qui les unit au monde du travail.

Pourquoi cela? Essentiellement parce que ouvrières et vendeuses ne subissent pas le même type de conditionnement.

Les différents éléments constituant les données du métier de vendeuse à travers l'organisation du travail, la structure du salaire, la politique du per-

sonnel — engendrent plus ou moins directement certaines attitudes et certains comportements. Ceux-ci sont caractérisés par l'individualisme, la difficulté à concevoir l'existence d'une solidarité entre collègues et avec les autres catégories de travailleurs, le manque d'intérêt et la méfiance à l'égard de toute possibilité d'action collective en général et du syndicalisme en particulier.

Les résultats de cette enquête sont un exemple concret de la manière dont attitudes et comportements sont étroitement conditionnés par des situations objectives. La question est alors posée de savoir comment amener ces travailleurs, à partir des éléments d'une situation concrète, à une prise de conscience de cette situation et, à partir de là, à la reconnaissance d'une solidarité avec les autres. Seules les organisations qui se sont fixées comme but l'avènement d'une société plus juste peuvent, avec les moyens qu'elles jugent les plus efficaces, essayer de répondre à cette question.

Séminaires de relations industrielles à McGill

Les séminaires d'automne du Centre des relations industrielles de l'université McGill commenceront le 20 octobre. La date limite pour l'inscription est le 3 octobre.

1er séminaire: Législation ouvrière et politique gouvernementale. Par Stanley Hartt, avocat de Montréal. Le lundi soir, de 7 h. à 9 h., pendant huit semaines, à partir du 20 octobre.

2e séminaire: Arbitrage et interprétation des conventions collectives. Par Roy Lacaud Heenan, avocat de Montréal. Le mardi soir, de 7 h. à 9 h., pendant six semaines à partir du 21 octobre.

3e séminaire: L'épanouissement de l'individu dans l'industrie. Par Graham C. Taylor, assistant professeur de psychiatrie à l'université McGill. Le mercredi soir de 6 h. à 8 h., pendant six semaines à partir du 22 octobre.

4e séminaire: L'évaluation des tâches dans le contexte des relations industrielles. Par Jean Champagne, directeur général de la main-d'oeuvre au ministère du travail. Le jeudi soir de 7 h. à 9 h., pendant six semaines à partir du 23 octobre.

5e séminaire: Systèmes d'indemnités aux employés (régimes de retraite et de bien-être). Par Colin C. Mills, de la firme Towers, Perrin, Forster et Crosby. Le mercredi soir de 6 h. à 8 h., pendant six semaines à partir du 22 octobre.

Coût: \$40 pour le premier séminaire (huit sessions) et \$30 pour les autres (six sessions).

Renseignements: Centre des relations industrielles de l'université McGill. Tél.: 392-3022.

Note: Ces séminaires sont donnés en anglais, à l'exception du quatrième dirigé par Jean Champagne. Toutefois, les participants pourront poser leurs questions en français.

La JOC veut collaborer avec les syndicats

Des milliers de jeunes travailleurs ont été regroupés par Carrefour 69, rencontre de masse organisée par la JOC, les 31 et 32 mai dernier. Ces jeunes travailleurs ont découvert pour la première fois que ce qu'ils vivaient n'était pas bien normal. Des hommes politiques à Carrefour ont été surpris de découvrir que malgré tous les mécanismes mis en oeuvre pour faire connaître les lois gouvernementales, un grand nombre de jeunes travailleurs ignoraient jusqu'à l'existence même d'une loi comme celle du salaire minimum. Carrefour 69 a été la constatation d'une dure réalité: la déshumanisation de certains milieux de vie du jeune travailleur. Carrefour 69 a montré également que le jeune travailleur acceptait ces conditions de vie, n'osant croire qu'il avait droit à plus.

Mais depuis Carrefour 69, certaines actions ont été menées par la JOC dans le but de palier à cette déficience. Exemple: dans une buanderie de Montréal (Toilet Laundries) des jeunes travailleurs victimes d'injustices ont eux-mêmes réalisé une action qui a conduit à une enquête par la Commission de la loi du salaire minimum. D'autres actions ont aussi été réalisées sur le chômage et sur d'autres secteurs dans d'autres villes.

Pourquoi, se demande la JOC, même avec tous les mécanismes d'information qui existent pour renseigner le jeune travailleur sur ses droits de personne humaine, celui-ci en demeure-t-il aussi ignorant? Pourquoi, malgré les lois mises sur pied pour protéger le jeune travailleur, assiste-t-on à une exploitation aussi flagrante comme ceux-ci nous l'ont révélé à Carrefour? Si les mécanismes actuels d'information sont inadéquats que faut-il de plus? La seule solution ne se trouverait-elle pas dans une action à mener chez les jeunes travailleurs par les jeunes travailleurs eux-mêmes?

Ce sont des questions qui ont été posées au congrès de la JOC, qui a eu lieu à Chicoutimi les 29 et 30 août. Au cours de ce congrès, qui a été marqué par l'esprit de Carrefour 69, la JOC a décidé de former des comités d'action auprès des jeunes, dans les milieux de travail et de loisir.

Les délégués ont exprimé leur déception devant la faible participation des syndicats à leur congrès, en souhaitant collaborer plus étroitement avec eux dans l'avenir. Une telle collaboration existe déjà dans certaines régions, avec les conseils centraux.



Les professionnels — les membres des professions libérales

Au Québec tout le monde parle des professionnels, y compris les ministres et les autorités universitaires, pour désigner les personnes qui exercent une profession libérale, à l'imitation de l'anglais qui dit "the professionals". En français, le mot professionnel s'oppose au mot amateur et se dit de quelqu'un qui fait une chose par métier à la différence de quelqu'un qui se livre à une occupation comme à-côté ou d'une façon secondaire sans en faire profession. On peut parler des professionnels du hockey par opposition aux amateurs. On peut dire qu'un chauffeur de taxi est un professionnel de la conduite automobile car il fait métier de conduire.

Dans le même ordre d'idée, l'expression anglaise "professional income" ne doit pas se rendre par revenu des professionnels, mais bien par revenu des professions libérales.

— — — —

Conducteur de chariot automoteur

Les "power trucks" sont connus dans nos usines. En français, on les appelle des chariots automoteur, et l'ouvrier qui les conduit est un conducteur de chariot automoteur.

(A SUIVRE)

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

 92