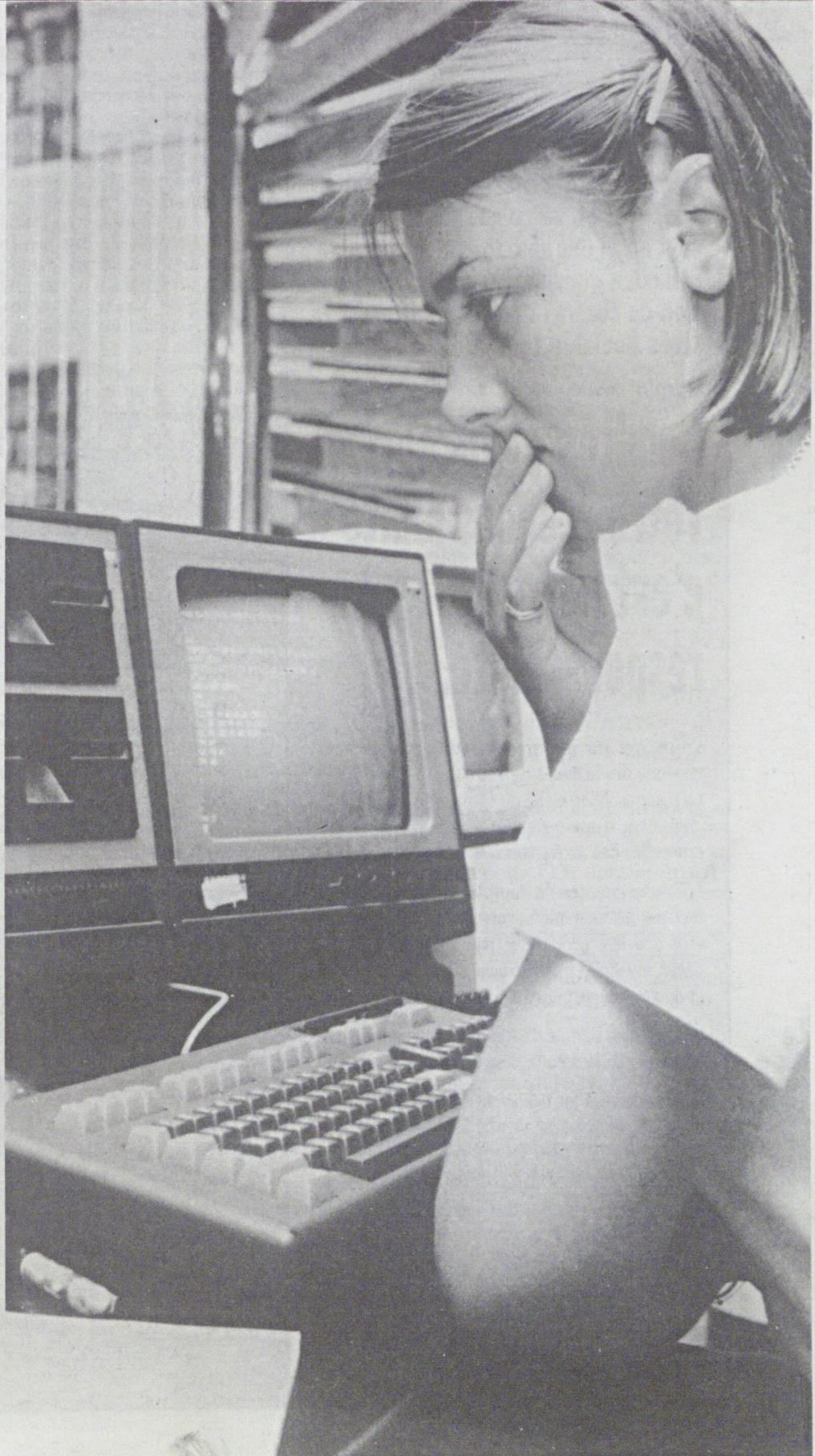


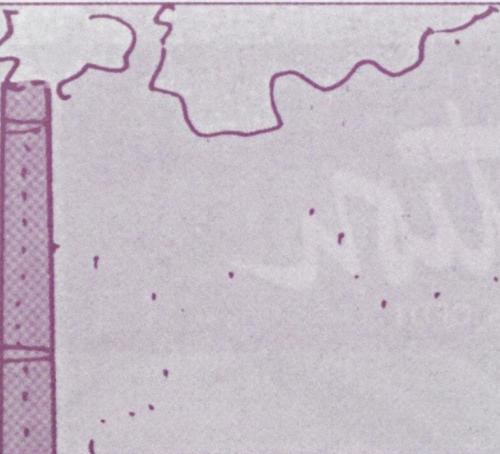
N° 119 - NOVEMBRE 1985 - 5 F

Inform'aktion

FÉDÉRATION DES SERVICES CFDT

- Plan de formation 86...
- Horaires : on expérimente
- Le 1 % logement rénové chez Continent
- Les saisonniers vus par une saisonnière
- Syndicalisation 2 expériences
- Une pratique économique sur le terrain
- Quel avenir pour le mouvement coopératif
- • •





La Macif a proposé à ses sociétaires successivement des contrats obligatoires (auto) ou classiques (habitation, etc.) et, parce que ses sociétaires sont aussi des militants, des élus, une réflexion commune a permis la création du contrat : Multigaranties Activités Sociales (MAS).

Comités d'entreprise, votre responsabilité c'est notre responsabilité.

Ce contrat sur mesure est conçu pour garantir chacune des activités de votre C.E. :

La responsabilité civile du Comité en qualité d'organisateur d'œuvres sociales sans autres limites que celles des textes consacrant leur statut.

Les conséquences de dommages corporels subis tant par les élus que par les simples participants aux activités proposées, par suite d'accident : décès, invalidité, frais médicaux, frais de recherche et de sauvetage, pertes de salaires.

Les biens du Comité d'Entreprise : incendies, tempêtes, dégâts des eaux, bris de glace, vol.

Les avantages : formalités de souscription simplifiées, un seul contrat, pas de liste nominative ou quantitative des participants, pas d'énumération des activités, un seul niveau de garanties pour tous.



Mutuelle Assurance des Commerçants et Industriels de France et des cadres et salariés de l'Industrie et du Commerce. Société d'assurance à forme mutuelle et à cotisations variables. Entreprise régie par le code des assurances. Siège social : 79000 Niort.



La question du jour

Plan de formation 86 On ne rate pas la station

Des moyens pour bâtir le plan de formation

Dans l'industrie hotelière

L'accord national prévoit une concertation au sein de chaque entreprise portant sur :

- les moyens d'expression des besoins de l'entreprise.
- Les moyens d'expression des besoins et des aspirations des salariés.
- La possibilité pour les représentants du personnel de formuler des propositions.

Dans les hypermarchés, supermarchés, entrepôts

Une brochure «formation» est en cours de réalisation au sein de la commission paritaire de l'emploi de cette profession.

Elle comprendra toutes les règles sur la formation, les droits des salariés, les organismes auxquels s'adresser, l'insertion des jeunes, les priorités de l'accord de branche. Cette brochure sera diffusée dans tous les établissements.

Si il y a aujourd'hui une priorité dans l'action syndicale, c'est bien celle de la formation professionnelle.

Si nous voulons que les salariés pèsent dans la société une des conditions impératives est de renforcer leur rôle de producteurs, donc leur capacité à maîtriser leur travail, à lui trouver de l'intérêt pour proposer, innover. En un mot donner à chaque homme et à chaque femme de l'entreprise les moyens de devenir compétents, donc plus autonomes, plus affranchis par rapport à la hiérarchie, par rapport au pouvoir patronal. Le combat pour une formation accessible à tous et à toutes n'est pas une action de second ordre, c'est au contraire une action qui va dans le sens de l'épanouissement des personnes. Egalemennt dans le sens de l'emploi, car plus de compétence permet en général plus de compétitivité pour l'entreprise et dans le sens du rapport de force car plus ils deviennent qualifiés, plus l'entreprise doit compter avec ses salariés.

Cette année est d'autant plus importante qu'on mesurera les effets des différents accords signés dans les branches.

Ne pas hésiter à aller voir le salariés qui ont suivi des stages pour faire avec eux et elles l'évaluation de ces stages.

Se servir du droit d'expression et des cercles de qualité

Recenser les évolutions en cours et prévisibles : les suppressions d'activités ou création de nouvelles, les nouveaux matériels, les transformations dans l'organisation du travail, les problèmes de conditions et de postes de travail etc...

Faire dire aux salariés qui ils sont, quel est leur savoir faire, quels souhaits de formation. Donner une traduction et une suite à ce qui se dit dans les groupes d'expression et les cercles de qualité.

Se former pour changer le travail

Arrivée de nouvelles technologies, changement des horaires etc... réorganisation c'est le maître mot actuel, où que ce soit, les choses changent, se transforment.

Il n'y a pas de professions, de métiers, de catégories professionnelles où ne se produit pas une évolution quelque soit qui nécessite d'autres qualifications ou requalifications.

Regardons du côté des employées de maison, l'investissement fait pour requalifier une profession qui se transforme complètement avec l'évolution des modes de vie.

En profiter pour rétablir les équilibres entre homme et femme

La nouvelle législation est un outil que nous devons utiliser pour que les femmes puissent accéder à la formation. Les plans pour 1986 doivent intégrer cette priorité autant sur le contenu des stages que sur leurs formes.

Attention à ne pas oublier des stages de mise à niveau, des stages qui ne nécessitent pas tous obligatoirement des déplacements importants.

N'oublions pas qu'il y a des possibilités de négocier des plans de rattrapage pour les femmes en ce qui concerne la formation.

Les plans de formation dans l'entreprise ce n'est pas seulement l'affaire du comité d'entreprise, c'est l'affaire de toute la section. Mais ça vous l'avez deviné, car pour établir un plan de formation qui tienne la route, à notre avis, il faut y investir du temps, beaucoup de temps et pas simplement quelques personnes.

Les producteurs, en avant, on se mobilise !

INFORM'action
26, rue de Montholon
75439 PARIS CEDEX 09
Tél. 247 76 20

Journal mensuel de la Fédération des Services CFDT

(Assurances, Commerce,
Employée de maison,
Professions judiciaires,
VRP, Services Divers,
Services aux entreprises
Hôtellerie-Tourisme,
et Chambre de Commerce,
de Métiers)

Abonnement 1 an: 60 F

Le Directeur de la publication:
Jacques Rastoul
CPPAP 510 D 73 - Imprimé à
MS - Atelier de reprographie

Plan de formation, ça se prépare

Surtout ne ratons pas les rendez-vous qui nous sont proposés.

Le premier est celui des bilans de formation dans les entreprises, formations réalisées dans l'année passée et en cours, phase qui sera suivie de l'élaboration du plan 1986.

Formation professionnelle

Employées de maison l'enquête nationale : des résultats

Nous reprenons un extrait de cette enquête où les besoins de la profession sont exprimés (voir Inform'action employées de maison d'octobre 85).

Travaux qui plaisent le plus et pour lesquels une formation est souhaitée

cuisine	17,97 %
repassage	5,05 %
personnes âgées	4,49 %
enfants	3,37 %
malades	3,37 %
couture	2,80 %
hôtesse d'accueil, téléphone	2,80 %
ménage entretien	1,68 %
courses	1,68 %
handicapés	1,23 %
entretien linge fin	0,56 %

Formations souhaitées

Par ordre de priorité :
Droit du travail
Culture générale
Cuisine
Législation générale
Notions médicales
Expression écrite et orale
Micro informatique
Notions puériculture
Gérer un budget
Organisation du travail
Notions de psychologie
Hôtesse d'accueil
Notions de pédagogie
Culture étrangère

formation, un avenir pour nos métiers



Session de formation Conditions de Travail

9, 10, 11 décembre 1985
et 21, 22 janvier 1986
sur Paris

Elle s'adresse à tous les militants responsables des conditions de travail.

Inscrivez-vous dès maintenant à la fédération.

Inform'action du nouveau

Réabonnement 1986

Attention c'est pour bientôt, tous les syndicats reçoivent dès le début novembre la liste complète des abonnés 1985. Vous recevrez votre avant dernier numéro d'inform'action.

Le syndicat doit renvoyer rapidement la liste indiquant les anciens et les nouveaux abonnés pour toute l'année 1986.

Alors n'attendez pas, signalez tous les adhérents qui ne reçoivent pas Inform'action.

Des bulletins de branche à part

Deux bulletins dans un seul à lire c'est trop, mieux vaut recevoir au moins tous les mois séparément un bulletin, tantôt le bulletin fédéral multi branche, tantôt celui de sa profession.

C'est ce que nous mettons en place pour toutes les branches où cela n'était pas encore effectué, le commerce, les assurances et les cham-

bres de commerce et d'industrie. De plus nous établissons un rythme de parution des bulletins de branche différencié et régulier selon les branches, tous les mois, les mois et demi et tous les trois mois.

Cela tient compte des quantités d'informations selon les professions à traiter.

En tout cas normalement chaque abonné quelque soit sa profession recevra au moins un bulletin par mois.

De la publicité

Et oui ! cette question était venue en débat dès notre dernier congrès fédéral à Bayonne, sa concrétisation s'effectue dans ce numéro. Pourquoi ? Inform'action a toujours été déficitaire, le prix de l'abonnement ne couvre qu'un tiers du coût de fabrication (sans compter les frais de secrétariat et de rédaction). Tout cela n'est pas normal, l'adhérent a droit à ce service payé par la cotisation qui revient au fonctionnement fédéral.

Dans une période où la syndicalisation globalement baisse plus qu'elle ne progresse, nous devrions réduire notre information, nous ne voulons pas faire ce choix, pour l'action et le développement. Nous aurons plusieurs exigences dans l'introduction de la publicité : garder le contrôle politique, avoir plusieurs sortes de pub pour un même secteur. Enfin la parution d'une publicité ne signifie pas pour autant que l'entreprise concernée, développe une politique sociale.



Chez les avocats, une commission paritaire originale

Pour la première fois, une commission paritaire originale par le choix du lieu : Montpellier à la place de Paris et par son déroulement en deux parties. En effet, le matin a eu lieu, conformément à la convention collective nationale, la réunion de la commission dont l'ordre du jour portait sur les salaires, l'après-midi, une présentation des acquis de la profession résultant des négociations entre les syndicats patronaux et les syndicats des salarié(e)s a été faite aux employeurs et aux salariés invités au barreau pour cette occasion. Il y a eu plus de salarié(e)s avec qui nous avons discuté que d'employeurs. Une expérience à renouveler une fois par an dans d'autres villes.

Produits avariés N.G. condamnées !

Deux mois de prison avec sursis pour avoir destiné à la vente de la viande avariée : telle est la sanction infligée par le tribunal au chef boucher des Nouvelles Galeries de Boulogne, ainsi qu'au chef du service alimentation du magasin. C'est un contrôle administratif de routine qui a permis de découvrir le corps — peu ragoûtant — du délit : de la chair à saucisse et des morceaux de viande en état de décomposition avancée, des poulets, des lapins et des langues dont la date de consommation était dépassée... Les volailles ne comportaient ni étiquetage ni estampille et la viande hachée était préparée dans des conditions non conformes à la réglementation. Les prévenus devront payer 15 000 F de dommages-intérêts à l'Office Technique d'Information des Consommateurs (OTIC) et 8 000 F à l'Association Fédérale des Nouveaux Consommateurs (AFNC) qui se sont portés partie civile. La négligence des deux employés leur a donné, en effet, la chair de poule... (Extrait de 50 millions de Consommateurs).

Mantes-la-Jolie (78)

Assises de l'emploi Le commerce en débat

Maîtriser l'emploi et son évolution c'est l'objectif de ces assises de l'emploi réunissant notre syndicat, les employeurs et les collectivités locales.

Le commerce cette fois était à l'ordre du jour, horaires des magasins et emplois ont été retenus pour la suite des travaux.

Mantes-la-Jolie, c'est au fond des Yvelines, à la frontière de la Normandie, tout près de l'Eure, un peu la province, la CFDT compte plusieurs sections dans le commerce dont Auchan Buchelay la plus dynamique.

L'agglomération de Mantes compte 3 hypers, 21 supers, soit 1100 salariés, puis il y a 3 magasins populaires, 15 superettes, 12 magasins d'équipement de la maison et 1681 salariés répartis dans le petit commerce traditionnel, dont les effectifs baissent...

C'est la première fois qu'une telle initiative était lancée, la préparation de ces assises, les débats qu'elles ont suscité ont accrochés nos militants, mais laissons parler l'un d'eux.

Jean-François nous en dit plus :

Pour les petits commerçants, la rentrée a été très difficile et plusieurs vieux magasins dans une rue commerçante de Mantes ont baissé rideau.

Une centaine d'emplois en moins chez Parunis au début de l'année et ces

jours-ci j'ai appris dans une grande quincaillerie de Mantes le licenciement de 18 salariés...

Un autre magasin du Centre Ville (Bazar) a fermé en 84 entraînant une bonne vingtaine de licenciements.

Morosité des petits commerçants surtout qu'une nouvelle déviation pour relier tout un quartier de Mantes (Le Val Fourré) qui avec ses grands ensembles à 27 000 habitants) ce qui détourne les clients du centre ville. Nous avons pu nous rendre compte des difficultés du petit commerce et ils ont été surpris de nos chiffres : Auchan Buchelay depuis les 9 premiers mois progresse de 15 % (chiffre d'affaire) et il y a depuis 10 mois une trentaine de petits commerces spécialisés qui ont l'air de bien se porter.

Il est à noter aussi sur Mantes une nouvelle zone d'activité commerciale qui n'a pas l'air très rentable.

Nous avons demandé au représentant des petits commerces ce qu'il pensait des délégués de sites, mais il est connu, c'est un vieux réactionnaire. Par contre, ils ont été intéressés par notre position sur le dimanche. Nous avons parlé de lier ce problème à l'emploi sur le Mantois et nous devrions faire fin novembre une campagne publique contre ce projet (ouverture d'Auchan le dimanche).



L'image s'impose de plus en plus. Il faut dire que dans certains cas nous la subissons sans réel pouvoir d'intervention. Mais nous pouvons aussi créer des images ou du moins utiliser celles qui existent. Un film, une projection diapos valent parfois mieux que de trop longs discours. Le syndicalisme et l'audiovisuel... c'est peut-être une des dimensions de notre adaptation.

Cette brochure, conçue comme un petit guide pratique, apporte les éléments d'information les plus concrets pour une bonne utilisation de l'audiovisuel (diapos, rétroprojecteur, film, vidéo).

Prix franco : 36,00 F

Catalogue et tarifs par quantité sur demande

A commander (paiement joint)
à Montholon-Services
26, rue de Montholon 75009 Paris

D. Contact, un journal d'entreprise pas comme les autres

Chez Dubich, une petite PME de vente de matériel de bureau en Alsace, un journal d'entreprise est distribué régulièrement aux salariés. Rien de bien original à cela penserez-vous, la plupart d'entre nous sachant combien les directions d'entreprises mettent des moyens importants dans l'information et la communication dans l'entreprise. Les journaux d'entreprises, ce n'est pas ce qui manque à l'heure actuelle et c'est à celui qui sur papier glacé, photographies de qualité, titres aguichants essaiera d'intéresser chaque salarié à la vie de l'entreprise.

Réalisé par la CFDT

D. Contact, lui, a ceci de spécifique, c'est qu'il est rédigé, fabriqué, distribué par la CFDT présente dans l'entreprise.

Et oui, chez Dubich, c'est le syndicat qui a pris les devants, ne laissant pas à la direction le monopole de l'entreprise. Tout ce qui se fait dans la boîte, grands et petits événements, grands et petits potins, tout y passe et vous

pouvez m'en croire, c'est lui ? Un exemple : l'entreprise a sponsorisé des véhicules sur le Paris-Dakar, D. Contact ne se contente pas de donner l'information, mais se pose la question de la rentabilité de l'affaire. Le paragraphe suivant parle de la rigueur du temps, du 13^e mois fantôme et de la nécessité d'une avance de salaire pour décembre. Sans transition dans la même page, on parle du déménagement du service facturation, Madame Germaine a rejoint Madame Fernande etc.. mais à partir de ça on parle du problème des mutations technologiques. En passant un coup de chapeau à l'employé qui assure le chauffage de bon matin, un mot sur les futures élections pour le comité d'entreprise et une réflexion sur le nombre de clients passés aux magasins les jours derniers en comparaison à d'autres périodes... etc... Une page sur la législation du travail, une bande dessinée, des mots croisés, quelques histoires drôles, une pub pour la boîte, un appel à coopérer au journal et voilà

une information, un journal qui est lu, attendu, reconnu performant même par le patron.

Du stade de l'information à la communication

Chez Dubuch, la CFDT a passé du stade de l'information à celui de la communication. Pas très grave que la journal ne porte pas le signe CFDT, l'important c'est que les salariés le lisent et trouvent à travers lui le sens d'une communauté de salariés qui a besoin de s'organiser dans l'entreprise pour que celle-ci ne lui échappe pas complètement.

Le journal évoluera certainement, une affaire à suivre et nous n'y manquerons pas. En attendant D. Contact peut vous aider pour votre information dans l'entreprise, n'hésitez pas à le demander à la fédération, mais n'hésitez pas, envoyer le vôtre également.

Rodez, les délégués inter entreprises: leur 1ère permanence dans la rue

Rappelez vous dans le dernier Inform'action nous annoncions la mise en place de déléguées inter-entreprises CFDT pour le petit commerce de Rodez. Elles ont décidé avec le syndicat d'être actives. Une première permanence s'est tenue dans la rue, au cœur de la rue piétonne de Rodez avec de grands panneaux... C'est autre chose qu'une permanence dans les locaux du syndicat, ça a été un gros succès.

La veille 400 tracts avaient été distribués dans chaque commerce préparant la permanence.

L'objectif de cette première permanence : avant tout faire connaissance avec ces nouvelles déléguées du petit commerce.

La permanence s'est tenue le mercredi 2 octobre de 13 h 30 à 14 h, c'est peu,

mais suffisant pour que le contact s'établisse avec les salariés du petit commerce.

Sur Rodez et environ on compte 870 petits commerces qui emploient 2000 personnes. De quoi faire, c'est pas l'envie et les idées qui manquent !



Employé(e)s du commerce de Rodez connaissez-vous vos délégués inter-entreprises du petit commerce ruthenois ?

Le 28 juin 1985, l'Union Patronale des Commerçants de Rodez et notre syndicat CFDT des Employés de commerce ont signé un accord très important à savoir :

La mise en place des délégué(e)s inter-entreprises du commerce des cantons de Rodez (Lois Auroux)

Mercredi 2 octobre 1985
de 13 h 30 à 14 h, au Carrefour St Etienne (Préfecture Rodez)

Faites connaissance avec vos délégués du personnel

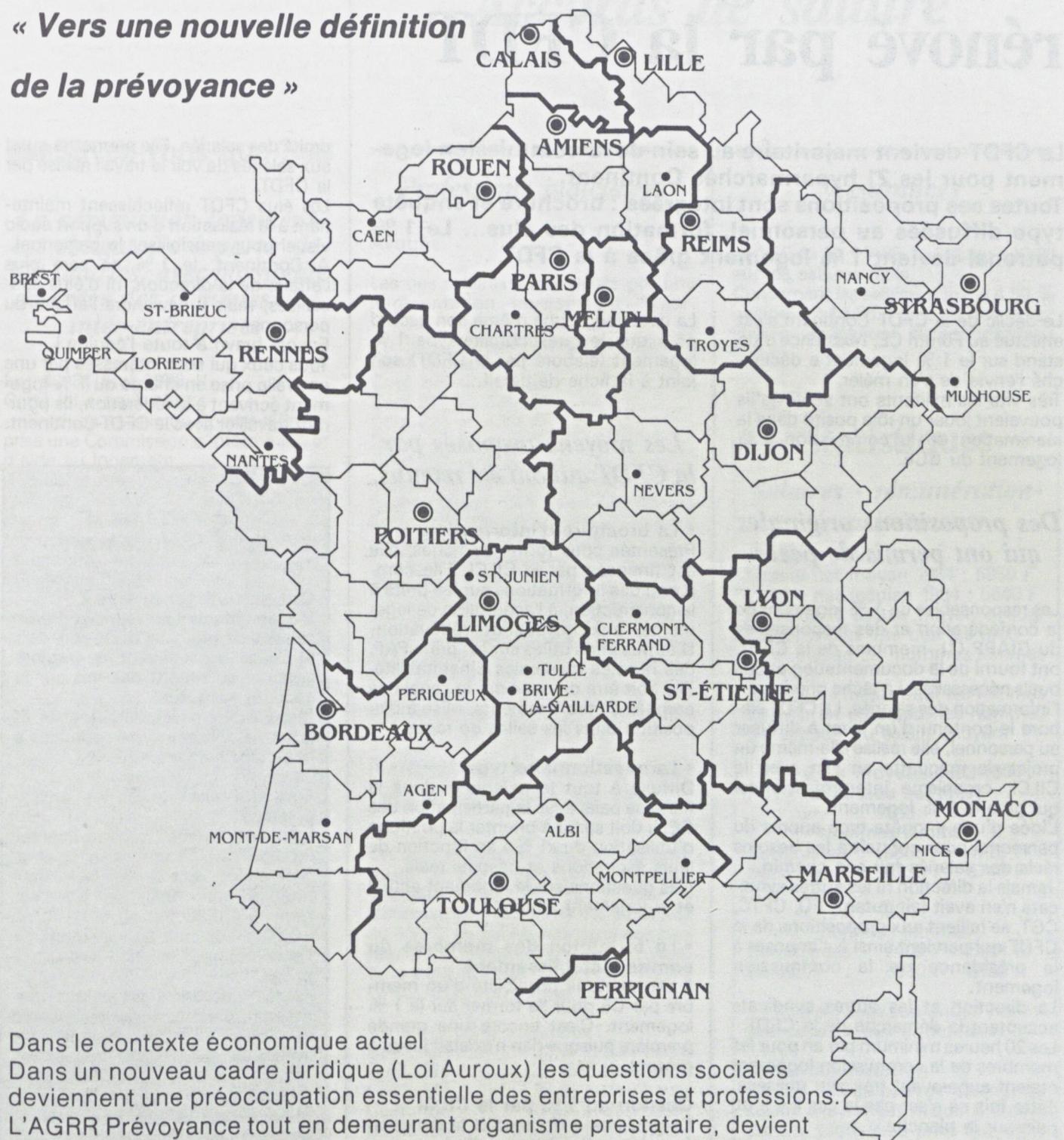
Mme BERNAT, La Fringuerie, tél. pers. 68.01.84
Mme HUGUIES, Armagnac-Décor, tél. pers. 67.05.82

vous attendent pour parler de vos droits et vous présenter leurs nouvelles missions : négocier les grilles de salaires, le contenu de la convention collective et la mise en place de la commission de conciliation pour régler les litiges entre salariés et employeurs.

Les délégués inter entreprises du commerce de Rodez

PS : le syndicat départemental CFDT des employés de commerce de l'Aveyron assure une permanence tous les lundis de 18 heures à 19 heures (8 rue Denys Affre à Rodez). Tél 68.00.25

*vers une nouvelle définition
de la prévoyance*



Dans le contexte économique actuel

Dans un nouveau cadre juridique (Loi Auroux) les questions sociales deviennent une préoccupation essentielle des entreprises et professions.

L'AGRR Prévoyance tout en demeurant organisme prestataire, devient le partenaire impartial des acteurs sociaux.

AGRR Prévoyance
cotisons à la loyale

AGRR PREVOYANCE. Institution de prévoyance agréée sous le n° 942 par arrêté de Monsieur le Ministre du Travail

Siège social : 37, bd Brune, 75680 Paris Cédex 14 - Tél. : 539.22.00

Relations Extérieures Nationales

Le 1 % logement chez Continent rénové par la CFDT

La CFDT devient majoritaire au sein de la commission logement pour les 21 hypermarchés Continent.

Toutes ses propositions sont intégrées : brochure et enquête type diffusées au personnel, formation des élus... Le 1 % patronal devient 1 % logement grâce à la CFDT.

Le déclic de la CFDT Continent s'est effectué au Forum CE, l'existence d'un stand sur le 1 % logement a déclenché l'envie de s'en mêler.

Très vite les militants ont senti qu'ils pouvaient jouer un rôle positif dans la réanimation de la commission 1 % logement du CCE.

Des propositions originales qui ont permis de peser

Les responsables du 1 % logement de la confédération et des responsables du GIAPP (*), membres de la CFDT, ont fourni de la documentation et des outils nécessaires. La tâche prioritaire : l'information des salariés. La CFDT élabore le contenu d'un livret à diffuser au personnel, elle réalise elle-même un projet de maquette en lien avec le CILCI, organisme interprofessionnel qui gère le 1 % logement.

L'idée d'une enquête type auprès du personnel pour connaître les besoins réels des salariés fait son chemin.

Jamais la direction ni les autres syndicats n'en avait fait autant, FO, CFTC, CGT, se rallient aux propositions de la CFDT qui parvient ainsi à s'imposer à la présidence de la commission logement.

La direction et les autres syndicats acceptent la démarche de la CFDT. Les 20 heures minimum par an pour les membres de la commission logement étaient auparavant très peu utilisées, cette fois ce n'est pas le cas il y a du pain sur la planche.

La direction donne même son accord pour que le questionnaire type 1 % logement (élaboré par la CFDT) soit joint à la fiche de paie !...

Les moyens proposés par la CFDT qui ont été retenus.

• La brochure d'information

Présentée sous forme de fiches, elle est financée par le CILCI. Elle comprend des informations sur les prêts à la construction, à l'acquisition de logements, aux travaux de rénovation. D'autres infos utiles sur les prêts PAP, des normes minimales d'habitabilité. Elle doit être diffusée par le canal des comités d'établissements, mise à disposition dans les salles de repos.

• Le questionnaire type

Diffusé à tout le personnel dans la fiche de paie, avec la participation des CE. Il doit servir à orienter la politique d'utilisation du «1 %» en fonction de leurs aspirations et besoins réels. Des questions sur le logement actuel et le logement souhaité...

• La formation des membres du comité d'établissement

Il est retenu la possibilité d'un membre par CE pour se former sur le 1 % logement. C'est encore une grande première puisque rien n'existe jusqu'à présent.

Gestion du 1 % par le CILCI

L'organisme collecteur et la direction fournissent très peu d'information sur l'utilisation de fonds. Cette fois avec cette pratique la commission suivra l'utilisation des fonds.

Mettre dans le coup le personnel

Toute la démarche de la CFDT vise à mettre dans le coup le personnel. En plus de tout ce qui va être réalisé par la commission logement, la CFDT a réalisé une «brochure 1 % logement CFDT Continent» qui explique le rôle des élus dans la gestion du 1 %, les

droits des salariés. Elle permettra aussi aux salariés de voir le travail réalisé par la CFDT.

Les élus CFDT réfléchissent maintenant à la réalisation d'un support audio visuel pour sensibiliser le personnel. A Continent, le 1 % ne sera plus l'affaire de la direction, ni d'élus spécialisés, mais il deviendra l'affaire du personnel.

Encore bravo à toute l'équipe ! Tous ceux qui sont intéressés par une nouvelle prise en charge du 1 % logement écrivent à la fédération, ils pourront travailler avec la CFDT-Continent.

Le versement du 1 % logement

Qui doit verser le 1 % ?

L'ensemble des entreprises de dix salariés et plus, à l'exclusion de : 1) Celles qui relèvent du régime agricole au regard des lois sur la sécurité sociale.

2) L'Etat, les collectivités locales et leurs établissements publics à caractère administratif.

Que doivent verser les entreprises ?

Les entreprises doivent verser 0,90 % du montant des salaires non plafonnés, depuis la loi des finances de 1980, le 1 % est ramené à 0,90 %.

- 0,80 % destiné au logement de l'ensemble des salariés des entreprises.

- 0,10 % destiné à des actions prioritaires : il est actuellement réservé au logement des travailleurs immigrés.

Quand les entreprises doivent-elles verser le 1 % ?

Dans le délai d'un an.

Exemple :

le 0,90 % calculé sur les salaires de l'année 1984 doit être versé avant le 31 décembre 1985.

ATTENTION :

Si le versement n'est pas effectué par l'employeur avant le 31 décembre de chaque année, la sanction consiste à verser 2 % au trésor. Ce sont les salariés de l'entreprise qui se trouvent alors pénalisés.

(*) Le GIAPP est un organisme collecteur du 1 % logement, il gère en collaboration étroite avec la CFDT et la CGT. Il est à la disposition des comités d'entreprises.

Téléphone : 48.28.25.51. GIAPP 37/39 rue des Morillons. 75015 PARIS.

Accords de salaire

Savez-vous que ?

La commission logement est obligatoire à partir de 300 salariés, avec possibilité de créer des commissions inter-entreprises

Loi du 31 mai 1976

Cette loi a pour objet :

- d'instituer au sein du Comité d'Entreprise une Commission d'information et d'aide au logement,
- de débloquer les fonds (0,90) avant l'expiration des délais prévus et de permettre aux salariés de bénéficier de prêts ou de réservations de logements.

La constitution de la commission est obligatoire dans les entreprises occupant 300 salariés et plus, mais les entreprises comportant moins de 300 salariés peuvent se grouper entre elles pour former de telles commissions.

Rôle de la commission logement

La commission entre en contact avec les organismes habilités à collecter le 1 % et en liaison avec eux, rechercher les possibilités de logement correspondant aux besoins du personnel.

La commission informe les salariés des différentes conditions d'accès à la propriété ou de location de ces logements, elle les assiste également dans les démarches nécessaires pour l'obtention des aides financières auxquelles ils peuvent prétendre.

La commission propose, dans chaque entreprise, des critères de classement des salariés candidats à la propriété ou à la location d'un logement. La loi précise que le C.E. examinera pour avis les propositions de la Commission dans le cadre de la consultation prévue à l'article L.432-1 du Code du travail. Par ces dispositions très détaillées et très orientées, le législateur reconnaît en fait aux Comités d'entreprises un véritable rôle de gestionnaire du 1 %.

Professions judiciaires

Avoués

Les bas salaires sont relevés par une augmentation inversement hiérarchisée.

Au 1er juillet 1985, le premier coefficient démarre à :

Coef 205 =	4412 F
Coef 215 =	4553 F
Coef 225 =	4754 F
Coef 235 =	4966 F
Coef 250 =	5282 F

jusqu'au Coef 600 = 10836 F.

A ces salaires minima se rajoute une prime d'ancienneté. Prochaines négociations le 27 décembre 85.

Avocats

Au 1er juillet aucun accord n'est intervenu, la négociation est reportée à Octobre.

Nettoyage : le salaire minimum décroche du SMIG

Un accord salarial a été conclu pour toute la profession du nettoyage. L'objectif de la CFDT est atteint. Le minimum professionnel est supérieur au SMIC, ce qui est rare dans nos professions et le pouvoir d'achat est maintenu pour le reste de la grille. CFDT, CFTC, CGT l'ont signé.

Au 1er octobre il garantit :

Coef. 130 :	26,10 F de l'heure
Coef. 135 :	26,45 F de l'heure
Coef. 145 :	27,15 F de l'heure
Coef. 155 :	27,84 F de l'heure
Coef. 165 :	28,54 F de l'heure
Coef. 175 :	29,24 F de l'heure
Coef. 190 :	30,28 F de l'heure
Coef. 205 :	31,33 F de l'heure
Coef. 220 :	5470 F par mois
Coef. 250 :	5922 F par mois
Coef. 280 :	6374 F par mois
Coef. 300 :	6676 F par mois
Coef. 350 :	7429 F par mois
Coef. 400 :	8183 F par mois
Coef. 450 :	8936 F par mois
Coef. 550 :	10443 F par mois
Coef. 650 :	11950 F par mois
Coef. 750 :	13457 F par mois

Assurances

+ 1,50 % au 1.7.85 + 1 % au 1.10.85 sur les salaires réels.

Concernant les salaires minima 4,50 % garantis au 1.1.86. Prime de vacances : 3000 F. Allocations exceptionnelles : 850 F.

Statistiques

Salaires - rémunération-investissements

Secteur privé

Salaire net moyen 1984 : 6850 F
 Salaire net médian 1984 : 5640 F
 En 1984 le salaire moyen a augmenté moins vite que les prix.
 Des disparités hommes-femmes existent :
 25,7 % de moins pour les femmes
 35,5 % en plus pour les hommes par rapport au salaire moyen.

Salaires moyens 1983-1984 dans nos secteurs

1983

hommes-femmes

Commerce :	6888 F	4725 F
Services :	8238 F	5740 F

1984

hommes-femmes

Commerce :	7405 F	5061 F
Services * :	8880 F	6158 F

* (Tous services confondus y compris services aux entreprises).

Autre constatation

Depuis 1981 le pouvoir d'achat du salaire moyen est mieux préservé dans le secteur du privé que dans le secteur du public.

Le pouvoir d'achat disponible des ménages français

Il intègre le revenu primaire, les prestations sociales moins les impôts.

De 1980 à 1984 il a augmenté de 4,20 %. A l'exception des chômeurs qui ont perdu dans la même période 13 % de leur pouvoir d'achat disponible.

De 4 à 47 adhérents en un an : l'ambiance a changée

Des relations régulières des délégués avec le personnel, un droit d'expression où chacun s'exprime librement...

Les employés demandent à adhérer, la jeune section syndicale est reconnue de tous.

Nous avons interrogé Moïse, le délégué syndical CFDT.

Notre section existe maintenant depuis un peu plus d'un an, l'établissement DISCO siège compte 147 salariés et 43 adhérents nouveaux en un an !

Le syndicat CFDT chez DISCO est reconnu tant par les salariés que par la direction, comme un moyen indispensable à de bons rapports sociaux entre les salariés et la direction.

L'ambiance de l'entreprise a totalement changée, la productivité s'est aussi améliorée.

Comment s'y prend-t-on ?

A chaque fois que les gens veulent des renseignements, on s'efforce d'y répondre en faisant toutes les démarches nécessaires auprès de la direction, des recherches (juridiques, sociales ...).

La plupart du temps, ils ont eu gain de cause, la CFDT a prouvé son efficacité dans les négociations et dans la pratique quotidienne.

Et pour adhérer ?

On ne les force pas à prendre leur carte, on leur fait confiance.

Tous les mois les adhérents viennent nous voir pour payer leurs timbres, certains demandent même quand vient-on les collecter. Ils ont envie de payer, d'être adhérents vu l'efficacité de la section.

Comment la section fonctionne-t-elle ?

La section dispose d'un local, il y a une secrétaire et un trésorier. Avant chaque réunion de délégués du personnel nous réunissons les adhérents pour élaborer les revendications, 12 à 15 adhérents viennent à chaque fois pendant la coupure du déjeuner entre 12 heures et 14 heures.

Nous avons des adhérents dans les principaux services : juridique, gros, services généraux, informatique.

Le travail régulier du délégué syndical, aussi délégué syndical central, s'est engagé sur toute la société.

La société DISCO comprend 1550 salariés répartis sur 7 entrepôts. Une meilleure signalisation en lien avec la fédération, des interventions directes du délégué syndical central débouchent aujourd'hui sur une présence de la CFDT dans tous les établissements, alors qu'il y a un an la CFDT n'était présente que dans 2 établissements.

Un syndicalisme positif

Le syndicalisme est reconnu de tous comme le moyen de bons rapports sociaux. Un autre exemple, lorsque la CGC a voulu s'implanter en septembre, la CFDT a fait un tract félicitant le nouveau syndicat de sa venue dans l'entreprise...

N'est-ce pas cette conception du syndicalisme qu'attendent les salariés aujourd'hui !



Progression en voix, une syndicalisation qui ne suit pas

Un exemple et des réactions de sympathisants CFDT lorsque l'adhésion est proposée.

Contexte : Un établissement d'une compagnie d'assurances les Mutuelles Unies à Rouen 650 salariés : une entreprise où rien ne «menace».

De grandes luttes ont permis des avancées salariales et sociales importantes et ont eu pour conséquences un remaniement de la direction en 74.

- 50 % du personnel employé de maîtrise syndiqué CGT-CFTC. La CGT aux élections professionnelles représentait 70 % du personnel. La CFDT s'est créée en 1975 à partir de nouveaux embauchés et d'ex-adhérents CGT.

- Après la grève de 74, la nouvelle direction opte pour une politique sociale comme un des facteurs de progrès de l'entreprise. La nouvelle attitude de la direction, l'implantation de la CFDT créent une situation nouvelle : - les salariés travaillent dans une situation plus «cool» qu'auparavant et dans une situation plus avantageuse.

- Des organisations syndicales dont les discours commencent à ne plus correspondre aux attentes des salariés. Certaines contre les aménagements d'horaires, etc... d'autres ne signant jamais d'accords, la CGC crée une branche Employé Agent de maîtrise et, dans la mesure où elle est la seule à signer les accords, elle progresse aux élections professionnelles.

La CFDT ressentie comme une bouffée d'air

Une CGT «dogmatique», où aucune démocratie n'existe dans la section, où leur action est basée essentiellement sur ce qui concerne le pouvoir d'achat au moment où la CFDT est ressentie comme une bouffée d'air dont l'action quotidienne est plus axée sur l'informatique, l'organisation du travail, au moment où l'entreprise connaît des mutations et une arrivée massive de l'informatique. Un travail de la section réalisé par des passages dans les services, des enquêtes, des tracts rédigés par des groupes de personnes, des propositions élaborées... Mais nous constatons un nouveau mouvement : - la CGT perd des adhérents et baisse aux élections professionnelles. La CFDT n'arrive pas à progresser suffisamment en adhérents et progresse peu aux élections professionnelles.

- Le SNAMAT (CGC) aucun adhérent, mais est la 2ème organisation aux élections professionnelles. La section consciente de cette situation en discute et interpelle nos sympathisants, d'autant que la resyndicalisation de la CFDT est passée par là et nous à aider à ouvrir les yeux : un accord qu'est-ce ? la négociation ?...

Deuxième étape dans notre action syndicale :

Poursuite de notre pratique collective (débat, enquête écrite, orale... mais aussi une autre conception de la négociation).

- Nous devons une organisation faisant des propositions et contre-propositions et signons plusieurs accords.

Résultats :

des avancées significatives existent et les salariés prennent acte de la différence des accords signés uniquement par la CGC/SNAMAT. Grâce à l'action de la CFDT, une réelle politique contractuelle s'instaure. Aujourd'hui : la CFDT est devenue la première organisation, 60 % de nos votants sont connus. La CFDT progresse à chaque élection, la CGT-CGC baissent. Très peu de syndiqués, 10 à 15 % toutes organisations confondues.

L'adhésion est proposée aux sympathisants CFDT, leurs réactions :

1° «Pas question d'appartenir à une organisation». On veut se sentir libres : - plus libres de faire ce que l'on veut ; attitudes, acte dans le service, dans l'entreprise. Ces personnes disent aussi : «Voilà ce que doit être un adhérent». Etre adhérent c'est un «devoir» à rendre. Un adhérent doit se faire connaître auprès de ses collègues et défendre continuellement les positions de la section. Si la CFDT décide tel type d'action, il faut être partie prenante. Etre adhérent c'est un engagement qui doit se sentir sur notre

attitude personnelle et dans nos relations avec les autres».

2° Voici les réactions : «Vous faites du boulot, vous les délégués. Vous, vous y prenez «votre pied». Mais moi, je n'ai pas assez la foi. Je ne crois pas assez aux autres. «Se défendre, oui, faire avancer les choses, oui, mais pourquoi «X boutiques». Marre des querelles de chapelles (depuis 81, cet argument est devenu important et le 1er).

EN CONCLUSION : Etre votant CFDT c'est dire oui et soutenir l'action d'une équipe, elle est CFDT aujourd'hui, demain elle sera peut-être d'une autre organisation. Etre adhérent, c'est appartenir à une organisation qui a une pensée, une stratégie... On se sent à l'extérieur de ce genre d'appareil et pas question d'y rentrer. Par contre, si vous avez besoin de fric pour le tirage de tracts... vous pouvez compter sur nous. Dans le même temps, des personnes souhaitent être délégué mais sans être adhérent : pas question à la CFDT, ni à la CGT, la CGC récupère ces gens.



On expérimente les horaires libres choix

L'initiative de l'expérience des horaires libre-choix est partie de quelques caissières à temps partiel au service caisse. Apprenant qu'à Carrefour Mérignac, les caissières auto-organisaient leurs horaires, 3 temps partiels d'Anglet, se sont rendues sur place pour en retirer le maximum d'informations.

L'expérience est engagée, elle doit déboucher sur un accord à la fin de l'année. Fort de cette expérience, et avec la participation du Chef de caisse, 6 caissières présentent en début d'année 1985 un projet qui permet à leur seul groupe de tenter l'expérience. Dans l'entreprise, le CE n'est pas informé, à la demande de la CFDT la direction répond qu'elle attend le résultat de l'expérience de ces 6 personnes, avant de présenter un projet au CE.

Plus d'autonomie

Avril 1985 :

Le groupe des 6 provoque une réunion avec toutes les temps partiels, avec l'accord de la hiérarchie pour expliquer la nature de leur projet. Dans cette rencontre, les temps partiels expriment bien l'aspect contraignant du système des horaires affichés 1 semaine à l'avance, qui ne leur donne aucune autonomie, ni de possibilités d'échanges au niveau de leurs horaires.

Au cours de cette réunion, tout l'effectif temps partiel accepte que l'expérience soit tentée, après avis du CE. La CFDT discute avec les caissières qui sont partantes pour l'expérience.

Ce que comporte le projet

Il s'adresse dans un 1^{er} temps aux temps partiel des caisses.

- revalorisation des contrats sur une base mensuelle :
 - 16 h passe à 91 h 35 centième par mois (à peu près 21 h).
 - 22 h 50 passe à 113 h 10 centième par mois (à peu près 26 h).
 - 25 h 50 passe à 130 h 50 centième par mois (à peu près 30 h).
- cette revalorisation amène un compteur de + 30 h ou - 30 h (ce seuil ne doit jamais être dépassé dans le mois),

- le salaire mensuel basé sur la durée du nouveau contrat, quelque soit la modulation,
- remise en cause de l'article 1 de l'avenant du 26.5.78 qui dit que le service caisse ne pourra excéder 50 % des heures travaillées,
- que des personnes volontaires dans les groupes,
- distribution des horaires 15 jours à l'avance à chaque caissière.
- Chaque caissière qui remet à l'animatrice 2 choix d'horaires pour la durée hebdomadaire.
- L'animatrice fait le planning de la semaine avant de le remettre à la Caisse centrale.

Une bourse d'échanges des horaires

Des réunions, l'affichage des horaires...

- possibilité d'échanges après planning fait avec les personnes du groupe, ou avec d'autres groupes, et cela par le biais d'une bourse d'échange qui est affichée à la Caisse centrale,
- en cas d'absence, (maladie, indisponibilité) minimum 1 journée, la personne absente peut contacter l'animatrice afin de donner cet horaire à quelqu'un d'autre (absence passe en négatif dans sa modulation),
- absences pour maladie avec arrêt du travail, ou absences conventionnelles, la diminution de salaire est sur la base mensuelle divisée par 26,
- seront rémunérées sur la même base au 1/26^e le 1^{er} mai et tout jour férié tombant un dimanche,
- une réunion de tous les groupes tous les 2 mois avec la Caisse centrale pour régler les problèmes,
- complément d'heures affichés à la Caisse centrale,
- possibilité de départ anticipé quand il y a peu de clients,
- en contre partie, les caissières s'engagent à rester 1/2 heure de plus

quand il y a affluence (le refus occasionnel est accepté).

– possibilité de revalorisation du contrat mensuel en période d'affluence (saison, Noël, etc...).

Le point de vue de la CFDT Carrefour Anglet

La CFDT en cette réunion de CE (procès-verbal joint) déclare être favorable à ce projet, accepte que le seuil des 50 % des heures travaillées par les temps partiels soit franchi, mais émet un désaccord en ce qui concerne les jours fériés.

En effet, l'accord remet en cause le bénéfice du paiement des jours fériés tombant dans la durée hebdomadaire, hormis le 1^{er} mai.

Ce qui veut dire que lorsqu'un jour férié tombera dans la durée hebdomadaire, la caissière devra positionner ses heures sur les autres jours de la semaine, le jour férié deviendra jour non travaillé et non chômé et payé. FO soutient la CFDT, mais pour autant la Direction reste inflexible, estimant que cet accord qui est un avantage pour les temps partiels, est à prendre tel quel.

La CFDT dénonce ce chantage, estimant que la loi et la convention collective Carrefour plus précisément prévoit que tout jour férié est chômé et payé.

Donc, la CFDT donne un accord de principe pour le restant de l'accord en émettant des réserves sur le non respect de la loi pour les jours fériés. Le CE après délibération, décide qu'à la date du 31 décembre 1985, l'expérience prendra fin, et à ce moment là, il sera déterminé si l'accord sera reconduit définitivement, ou si l'expérience sera annulée.

De nombreux aspects positifs

L'horaire libre choix est une bonne chose :

- possibilités de choix d'horaires
- possibilités d'échange dans un bon état d'esprit

- esprit d'équipe
- revalorisation des contrats
- autonomie plus grande
- salaire régulier.

Les conséquences de cet accord :

- la modulation imposée à certaine période
 - la remise en cause des jours fériés. Pour autant, à la date d'aujourd'hui, la majorité des caissières à temps partiel épousent de façon favorable cette expérience, malgré quelques points qui sont à revoir.

Elles préfèrent l'amélioration de l'accord que le retour de l'ancienne pratique, qui privilégiait certaines caissières dites « bien vues ».

Aujourd'hui, s'il y a encore aux caisses 3 types de contrats, pour autant en période de revalorisation (saison etc...) les compléments d'heures sont distribués de façon égalitaire. (ex. : en été, 30 h en plus par mois, pour tous les temps partiels).

Nous pensons que si cette expérience se poursuit, l'esprit de l'accord voudrait qu'il n'y ait pas plusieurs types de contrats, mais un seul type de contrat pour toutes.

Début 86, nous vous ferons parvenir des informations liées à la réunion de décembre prochain qui décidera de l'avenir des horaires libre choix au service caisse à Carrefour Anglet.

Assurances

Réduction et aménagement du temps de travail

• **Aux Mutuelles du Mans** : Dans le cadre de la loi concernant le **congé sabbatique**, un accord a été signé précisant :

1) le domaine et la durée de l'accord : 3 ans.

2) Les conditions d'ouverture du droit au congé : 30 mois d'ancienneté dans l'entreprise, pas de congé sabbatique au cours des 6 années précédentes, etc...

3) Souscription du plan sabbatique : les employeurs ont souvent des contrats auxquels peuvent adhérer des salariés intéressés afin de permettre à ceux-ci de se constituer une épargne destinée au financement des congés sabbatiques.

• **A l'UAP** - La durée hebdomadaire moyenne de travail est réduite à **38 h** depuis le 1^{er} septembre 1985.

• **A l'Alsacienne** : une formule supplémentaire de travail à temps partiel vient s'ajouter aux formules déjà existantes (50 % - 60 % - 70 % du temps complet). Il s'agit de « temps par-

iel = 80 % du temps complet ». La durée hebdomadaire maximum s'élève à 30 h 48. L'horaire est reporté sur 4 jours, le mercredi n'étant pas travaillé. Cela dans le cadre de l'horaire mobile normal.

• **A la SAFOM - Paris** (49 salariés) - La CFDT a soumis en Assemblée du personnel ses propositions sur l'aménagement du temps de travail. La prise en compte des avis des salarié(e)s ont amené ceux-ci à adhérer aux propositions à négocier. Devant le refus de la Direction à ouvrir des négociations, c'est : 72 % des employé(e)s, 56 % des employé(e)s - agents de maîtrise qui ont cessé leur travail pendant 1 heure. Des réunions par service se sont tenues pendant l'arrêt de travail pour que l'ensemble du personnel avec la CFDT réfléchisse à la suite à donner. Une action à suivre...

• **A la MACIF et à la MAAF** : le calendrier de réduction du temps de travail doit permettre d'arriver à **35 h** au 1^{er} janvier 1986.



Les saisonniers vus par une saisonnière

Nous reprenons un article dans la revue de LVT (Loisirs Vacances Tourisme) où Odile Touillier nous décrit la vie des jeunes saisonniers qu'elle a vécue elle-même sur plusieurs saisons.

Je parlerai des emplois du secteur touristique, soit dans les stations balnéaires, soit dans les stations de sports d'hiver. Ces endroits, conçus dans le but d'accueillir des touristes « vacanciers » ou « clients », possèdent une infrastructure touristique commerciale ou sociale. C'est-à-dire : hébergement (hôtel, location appartement, centres de vacances), restauration et loisirs. Les jeunes à la recherche d'un travail viennent alors sur ces lieux, sources d'emplois. Car aujourd'hui, pour trouver un emploi, il faut parfois bouger.

D'aucuns, à la suite d'un échec ou d'une fin de scolarité, sont confrontés aux problèmes posés par le chômage. Ils n'ont pas de véritables attaches et partent « pour partir », d'autres choisissent d'abandonner leur situation (sécurité) pour vivre autre chose, d'autres, qui constituent une minorité, ont choisi de vivre à la campagne (c'est un choix de vie qui se prépare), ils s'y sont installés (sédentarisés) et y remplissent des emplois saisonniers.

Vivre du « bon temps »

Donc plusieurs vagues de travailleurs saisonniers, mais guidés par le même objectif celui de vivre du « bon temps ». Puis s'ils n'ont pas ou plus de maison, de conjoint : « les voyages forment la jeunesse ! » Après avoir obtenu le BAC, j'avais envie de sortir, pour une année, de la rigidité du système scolaire. J'avais envie de « vivre ma vie », dans l'intention de



Carrefour Autrement

drogue dure prend de nos jours de réelles proportions. Cet aspect de la jeunesse confirme peut-être leur conception de la vie. Et les saisonniers, pour la plupart banlieusards (c'est-à-dire habitant la banlieue d'une ville) exportent leurs « Zones ». Ils transportent leurs habitudes citadines dans un cadre initialement rural. Il se crée alors une espèce d'anachronisme entre leur comportement et la vie quotidienne d'une station. Ils pensent cependant « vivre du bon temps » mais il oublie « le speed » et la réalité de la ville et ont parfois du mal à s'y adapter et s'y replonger.

Ça y est, je suis embauchée

Finalement, je fus embauchée à l'AJ de Serre-Chevalier pour la saison d'hiver, en qualité d'aide-cuisinière. Et ce, par connaissance.

Le travail est subordonné à la volonté de découvrir un nouveau mode de vie. Ainsi j'apprenais le métier d'aide-cuisinière mais aussi, la vie active et la vie en collectivité.

Et c'est un peu ça, la vie des saisonniers. Certes, une vie où le travail présente un (certain) intérêt, mais une vie où est ressentie (surtout) une envie de s'investir plus au niveau des relations sociales (menée par une volonté d'expression, de choix de vie) plus que sur le plan professionnel. Les conditions d'emploi dans le cadre du secteur touristique (et dans cette optique) ne sont pas promotionnelles. C'est-à-dire que ne sont proposés que des emplois exécutifs, temporaires (baby sitting, femme de ménage, serveuse...) ou si les conditions d'emploi sont ponctuelles, elles deviennent spéciali-

sées : moniteur de ski, animateur... On assiste, aujourd'hui, au développement d'une nouvelle main-d'œuvre mobile sans véritable formation professionnelle. Ce phénomène est appelé, par M. R. Barre « liquidité de la main-d'œuvre » ; phénomène où les jeunes acceptent des emplois peu rémunérés, payés au noir, pour une durée variant de trois jours à cinq mois. Une main-d'œuvre peu politisée (je reviendrai sur cette question plus loin) qui rencontre ensuite les difficultés de l'inter-saison, du chômage.

La vie au jour le jour

L'un des comportements indéniables de notre génération est de percevoir la vie «au jour le jour», de sentir une certaine défiance en l'avenir, animée par la conviction de ne compter que sur le présent. Cette attitude est caractérisée par une remise en cause des valeurs traditionnelles, une volonté d'autonomie appelée par certains «refus de la beauification». Cette mentalité évolue différemment dans le contexte d'une saison, par sa situation géographique, du fait que la station soit initialement un lieu consacré au tourisme, à la mer ou à la montagne. Au quotidien, c'est une vie chère : les prix de location d'appartement, de la nourriture, des loisirs sont majorés puisque destinés aux touristes. Les difficultés pécuniaires sont accentuées par l'aisance avec laquelle les jeunes consomment, par leur façon de considérer l'argent. Il y a ceux qui «clament au fur et à mesure», ceux qui économisent pour l'inter-saison ou pour réaliser un projet précis de voyage ou d'achat. On voit se dessiner

à travers ces comportements «une culture de la dépense et de la défonction, au jour le jour...». Les jeunes saisonniers marquent un désintérêt volontaire de l'actualité, de la politique en général, justifié par le cadre et l'ambiance de la station. «Pourquoi se tracasser alors que l'on est à la montagne !».

L'information, les mass-média ne sont pas vécus de la même façon en province, coupés du monde, ou à la ville ! Dans les centres urbains, les mass-média sont omniprésents : informations condensées, glissées entre deux musiques sur la FM, les titres des journaux, les affiches dans le métro.

Et après ?

A la fin de la saison je rentrais sur Paris. Heureuse de retrouver amis et parents, de faire du shopping, d'aller aux concerts, mais je déchantais rapidement de retrouver la grisaille, les têtes blanches, fatiguées, la défonction. Je me sentais agressée, heu... ! un peu parano».

Cette réflexion permet de saisir la situation des saisonniers qui constituent «un monde à part», et ce, aussi bien au niveau professionnel, social, culturel. Les possibilités d'activités culturelles sont relativement restreintes par rapport aux centres urbains.

Les mordus du ski, du flipper, les lézards...

Il reste alors le cadre géographique, la montagne, la mer et le soleil ; chacun en profite à sa façon. Il y a par exem-

Les saisonniers dans le tourisme social

Une enquête conduite par le GSOTS (Groupement syndical des organisations de tourisme social) sur les classifications et les salaires dans le tourisme social, portant sur 5862 salariés, permet de constater que :

- 29 % seulement des salariés sont permanents.
- 23 % sont saisonniers titulaires (notion de la convention collective).
- 48 % sont des saisonniers non titulaires de leurs postes. Presque un salarié sur deux est relié à l'association par un contrat à durée déterminée.

ple «les mordus du ski», ces derniers se débrouillent toujours pour trouver matériel, forfait et le temps disponible.

Il y a «les lézards», ceux qui restent bloqués à la terrasse d'un café. Il y a ceux qui aiment la montagne et organisent leur temps libre en fonction, ils vont se balader, faire de l'escalade, du delta-plane. Il y a aussi «les mordus» de la vidéo, du lit, du flipper.

Bref, le milieu saisonnier apparaît sous cet aspect comme une concentration de jeunes qui viennent et vivent avec le même état d'esprit dans un espace relativement limité. Maintenant, il s'agit de saisir le juste milieu parce que faire des saisons... c'est facile. Au début, c'est un choix, puis le temps passe, les saisons changent. Arrive le temps où on se lasse, où on a de la lassitude, l'envie de quelque chose de sûr... Les moins jeunes s'interrogent alors sur leur situation, leur avenir prochain. Il y a un déclic et dans ce cas, certains parlent de «réinsertion». Situation délicate puisque jusqu'alors pour sa vie professionnelle, sociale et privée, le travailleur saisonnier s'est marginalisé.

Voici, en quelques lignes, une réflexion sur les saisonniers. Un peu amère peut-être mais «les voyages ne forment-ils pas la jeunesse ?». Et aujourd'hui, n'est-il pas plus agréable d'avoir un vécu mouvementé plutôt que de travailler onze mois sur douze pour payer la maison, la voiture à crédit «make up your mind ! (*)».

Ce n'est pas évident d'écrire un article sur un sujet comme celui-ci. J'ai été sans arrêt tentée de développer sur les «jeunes» et je crains de n'avoir finalement pu dévoiler que de simples stéréotypes : «Les jeunes ceci, les jeunes cela...». Je pensais «jeune», je pensais «Odile». Mais je suis contente d'avoir pu en parler.



Quel avenir pour le mouvement coopératif ?

Dans le dernier numéro d'Inform' action nous annonçons que pour les COOP c'était la dégringolade. Nous étions en septembre et déjà les choses partaient bon train : ventes des hypers, association avec Carrefour, dépôt de bilan de Pau, de la Lorraine, celui du Nord qui se profile avec la cohorte habituelle de licenciements dans ce genre de situation.

Bien des choses se sont passées depuis un mois et demi. Le Nord a bien déposé son bilan. De toute façon il n'y avait pas de miracle possible dans ce cas précis, mais plus grave encore pour l'ensemble du mouvement coopératif des sociétés comme Valence, bien qu'il n'y soit pas forcément de façon urgente ont choisi également le même processus.

De dépôt de bilan en dépôt de bilan il est arrivé ce qui devait arriver. Des fournisseurs et pas des moins importants ont arrêté de livrer des sociétés y compris des sociétés à peu près saines comme la Champagne ou d'autres plus fragiles comme la Bretagne où ce manque de confiance de la part des fournisseurs n'a pas arrangé les choses.

Depuis deux mois nous avons assisté à un sauvage qui peut généraliser, les directions essayant de jouer leurs cartes, seules, mettant en péril des centaines d'emplois dans d'autres sociétés.

Plus de pouvoir au niveau central

Les dirigeants nationaux n'ont aujourd'hui aucun pouvoir sur les directions régionales qui peuvent agir comme bon leur semble même si de par leur action elles risquent de faire couler la maison. Le fameux comité de crise n'a rien pu faire face à cela. Ce manque de pouvoir s'est révélé une fois de plus désastreux mettant en cause un peu plus fortement l'emploi dans les Coop. Aujourd'hui la société de Saintes ne veut plus travailler avec la société de vente par catalogue des Coop à Moreuil. Elle a créé sa propre boîte à elle (30 personnes) mettant un peu plus en question la survie de Moreuil avec ses 300 emplois et ce n'est qu'un exemple parmi d'autres. A Valence, le comité de crise avait proposé un plan de redressement avant de passer immédiatement au dépôt de bilan. Les dirigeants de cette société ont refusé et quand on sait le poids

que pesait cette société dans le mouvement on imagine le mal qui a été fait par cette décision.

Un nouveau président

Aujourd'hui le comité de crise n'existe plus, un président a été nommé et l'argent a été débloqué par les banques, mais pour autant les choses ne sont pas réglées.

Jean Grave, directeur de la société de Saintes, prends le manche, sera-t-il capable d'imposer un certain nombre de décisions nécessaires pour redémarrer ? Nous sommes interrogatifs, car nous aurions préféré, nous CFDT, voir arriver un homme ou une femme ayant un peu plus de recul par rapport au mouvement car les choses sont certainement plus faciles quand on ne sort pas du sérial.

Quant aux 700 millions passés débloqués par les banques, ils peuvent redonner un peu de souffle au mouvement, regagner la confiance des fournisseurs, mais ce ne sera qu'un coup d'épée dans l'eau si on en reste là.

Un absent : le dialogue social

Ne pas en rester là, c'est changer une fois pour toute la pratique des directions qui encore moins que d'autres directions n'accordent aucun intérêt à l'information et à l'avis des salariés. Et pourtant si les COOP doivent changer, elles ne le feront pas simplement avec le staf des dirigeants mais bien avec la participation de la majorité des salariés. Beaucoup de dirigeants d'entreprises ont commencé à le comprendre, par contre aux COOP, c'est plus dur qu'ailleurs.

Tout est prétexte pour ne pas avoir de confrontation. Dernièrement une rencontre nationale avec les organisations syndicales a été annulée : parce que certaines d'entre elles dont la CFDT ont réagi devant le caractère «ouvert» de cette rencontre. Travailler sérieusement à 40 personnes et plus sur une demi-journée ne nous a pas semblé sérieux, surtout que le mouvement entier est en péril. Introduire de nouvelles pratiques en matière de dialogue social est une des premières tâches du nouveau directoire s'il veut sauver ce qui est à sauver *.

Commerçant ou défenseur des consommateurs

Ne pas en rester là, c'est aussi examiner une bonne fois pour toute si les COOP ont encore des raisons d'être dans le système de la distribution actuelle. Peut-on couvrir comme les COOP le font actuellement plusieurs créneaux de distribution : hypers, supers, petits magasins, etc., et être compétitif.

On ne peut plus se masquer les problèmes sans risquer d'aller à la catastrophe. Il faudra arriver à choisir, à trancher avec tout ce que cela comporte.

A la CFDT nous avons déjà fait certaines propositions et nous prenons les moyens d'être plus performants en la matière.

Une étude «active» démarre ces jours-ci sur une société qui nous servira de réflecteur pour l'ensemble des COOP afin de voir s'il y a encore un avenir pour le mouvement coopératif.

* A signaler qu'aucune rencontre avec l'ensemble des organisations syndicales n'a eu lieu depuis le 31 juillet 85 !...



Une pratique économique sur le terrain

Une partie importante de la coordination des militants des grands magasins s'active. Les principales sociétés ont été concernées : Printemps, Nouvelles Galeries, Galerie Lafayette, Dames de France, BHV. Faut dire que l'enjeu est de taille.

Sortir de l'impass...

Certaines de ces sociétés ont procédé à des licenciements pour motif économique, d'autres connaissent une situation limite, et puis il y a celles qui affichent une santé florissante. Tout le monde s'accorde à dire que les G.M. (grands magasins) n'ont pas pris le virage à temps, qu'ils sont souvent mal positionnés par rapport à la concurrence surtout en Province. Il a alors semblé primordial d'engager notre pleine responsabilité pour élaborer des propositions économiques et sociales, des axes revendicatifs crédibles.

Le programme en détail

Les méthodes d'enquête ont été définies ensemble. Il y a eu 3 phases principales :

- Un travail sur les rayons des G.M. concrétisé par une carte d'implanta-

tion des principaux rayons avec superficie, effectifs, chiffres d'affaires, marge, taux de rotation, etc...

Par ailleurs, des salariés de ces rayons ont été interrogés sur ce qui va, ce qui ne va pas, ce qu'il faudrait changer en matière d'assortiment, d'organisation du travail, de la place des salariés dans l'entreprise.

- Un relevé de prix sur une série d'articles des principaux départements : alimentation, ameublement, bricolage, confection, parfumerie, sport loisirs.

- Une enquête auprès de la clientèle qui entre ou sort du magasin ainsi qu'une simulation d'achats réalisés par une spécialiste dans les magasins concernés et leurs concurrents locaux.

Par ailleurs, l'ADES a réalisé un comparatif des principaux indicateurs sociaux et économiques des groupes, ainsi qu'une analyse du secteur professionnel.

Enfin dans quelques cas le travail s'est prolongé au niveau local (ville ou centre commercial) pour étudier le positionnement des magasins.

Une méthode enrichissante...

Mené à terme ou non, le travail a été source d'enseignements pour les équipes :

- Apprendre à trouver des informations et à les utiliser.

- Etablir d'autres rapports, notamment avec la hiérarchie avec laquelle on échange.

- Se faire une idée propre de son entreprise avant de s'adresser à un expert.

- Entrer en contact avec des salariés avec lesquels on avait pas l'habitude de discuter.

- Avoir un rôle dynamique par rapport aux institutions, CE, CHS - CT, etc...

- Travailler selon un échéancier et des méthodes que l'on s'est fixé.

- Trouver des créneaux à développer compte tenu de l'environnement. En revanche tout n'a pas baigné dans l'huile, puisque certains ont connu des difficultés pour accéder à l'information, notamment du fait de vives réactions de la part de la Direction. D'autres n'ont pu terminer leurs travaux car il est vrai, cela demandait un lourd investissement.

Des pistes à l'état brut

La réflexion doit être approfondie en même temps que la concrétisation. Ce sera la tâche essentielle d'une équipe de suivi. Elle portera sur :

- La notion et les effets des investissements : comment se positionner sur des investissements réalisés en dehors de l'activité principale ? Faut-il prioriser l'assortiment, les services périphériques, le matériel, la formation, etc...

- Elargir le référencement afin de couvrir plus largement les demandes des clients, par exemple dans les références excentrées.

- Quelle réaction face à des rayons peu performants ? Faut-il les supprimer, les mettre en location gérance ou les maintenir coûte que coûte ?

- Donner suite à un souhait qui revient très fort chez les employés : un boulot plus motivant sur le plan des responsabilités mais aussi financier.

- Réorienter la formation professionnelle sachant que les G.M. cotisent au niveau plancher... et que manifestement les fonctions accueil, augmentation, confortement de l'achat sont peu valorisées.

Qu'est ce qui guide ces militants dans leur démarche ? Certainement pas de faire du boulot «patronal» mais bien de faire front aux évolutions déjà entamées ou à venir.

Des propositions économiques et sociales c'est possible même si elles méritent d'être affinées et confrontées.

PRATIQUE DES
MÉDIAS

ddt information

Information, communication : deux fonctions clés qui supposent de bien connaître les médias. Savoir ce qu'ils représentent, comment ils fonctionnent, autant d'atouts pour ne pas communiquer «idiot». Pratiquer les médias demande aussi un peu de savoir faire. Du temps pour écrire, pour parler, pour échanger.

En clair, avec les médias il faut savoir et savoir faire.

Prix franco : 30,00 F

Catalogue et tarifs par quantité sur demande

A commander (paiement joint)
à Montholon-Services
26, rue de Montholon 75009 Paris

Plus blanc que blanc

L'ASSECO-CFDT qui avait pris position négativement décide de la remettre en débat.

En tant que consommateur mais aussi en tant que salariés du Commerce, des Assurances ou de l'Hôtellerie Tourisme ça nous concerne.

En tout cas par la transparence, la vérité sur les prix et les produits, l'évolution de notre emploi et de nos entreprises est en jeu.

Des arguments pour

La publicité n'informe pas, elle séduit. Au nom de la séduction, elle raconte n'importe quoi. Publicité télévisée. La lessive X lave plus blanc. Et on nous montre de belles tâches, de couleurs vives, qui vont disparaître avec la lessive X mais pas avec la lessive inconnue. Trois jours plus tard une autre publicité, c'est la lessive Y qui efface les tâches mais la lessive inconnue laisse des traces. De qui se moque-t-on ? Ces publicités racontent n'importe quoi, toutes les lessives ont à peu près le même pouvoir lessiviel. Plus blanc que blanc, c'est quelle couleur ? Ce type de publicité n'est pas mensongère (je lave plus blanc que quoi ?) mais veut simplement faire croire qu'elle est la meilleure. Alors qu'elle le prouve en nommant la lessive inconnue. C'est l'intérêt de la publicité comparative.

La publicité comparative pourrait porter sur les prix, les caractéristiques essentielles ou même les marques de produits. Bien sûr toute publicité ne portant que sur le prix est a priori trompeuse puisqu'un prix n'a pas de durée : il peut changer à chaque instant.

Quand un hypermarché fait des relevés de prix chez un concurrent et les publie, le concurrent réagit aussitôt en modifiant ses prix. C'est normal puisque l'hypermarché à l'origine de la publicité a fait des relevés chez ses concurrents avant de fixer les siens. C'est pourquoi ce type de publicité comparative sur les prix, faite par des distributeurs, est largement artificielle. Il n'en va pas de même pour les caractéristiques techniques des produits : elles sont vérifiables et quantifiables.

Quand un fabricant cite un concurrent il est obligé d'apporter des preuves. C'est cette difficulté à faire une publicité : 10 % des dépenses de publicité aux Etats-Unis mais seulement 2 % en Angleterre.

De la publicité qui informe au lieu de faire rêver n'est-ce pas intéressant pour le consommateur ? Marques, sous marques, marques de distributeur : la concurrence

devient de plus en plus artificielle. Un même produit se retrouve sous des marques différentes dans des magasins différents à des prix différents. Cette fausse diversification devient de plus en plus importante. Le consommateur ne peut s'y retrouver, car il n'a pas l'information. La publicité comparative pourrait permettre de faire un peu de ménage dans ces pièges à consommateurs. Quand un distributeur annonce qu'il vend le produit X qui est identique au produit Y mais 40 % moins cher, ça peut être intéressant.

Cet écart de prix pour un produit identique, mais sous deux marques différentes, est fréquent, mais le consommateur ne le sait pas. Dernier argument. La très grosse majorité des professionnels (fabriquant, distributeur, publicitaire) est opposée à la publicité comparative. C'est peut-être qu'elle contient quelque chose d'intéressant pour le consommateur.

Des arguments contre

Le 13 avril 1984, un document était discuté et ses conclusions votées à la quasi unanimité (2 abstentions, l'ASSECO avait voté favorablement). «Le CNC après avoir entendu et adopté le rapport présenté par le groupe de travail, considère qu'il n'est pas souhaitable pour les motifs indiqués par celui-ci, d'introduire actuellement la publicité comparative en France».

Quels étaient ces motifs

Les prix comparés

Les échantillons choisis sous la seule responsabilité de l'annonceur sont en nombre beaucoup trop restreint pour justifier le bien fondé du thème publicitaire. Si les prix constatés à un moment donné ne sont pas contestés, la comparaison peut être vite inexacte car il peut y avoir à tout moment modification des prix par le magasin. Les prix cités n'ont pas de garantie de durée, ils peuvent être compensés par une élévation de prix des autres marchandises.

• Les qualités comparées

La norme AFNOR indique : «les organismes responsables des essais comparatifs doivent être financièrement indépendants des parties intéressées à la production et à la diffusion des produits faisant l'objet d'essais». Ce qui confirme que «nul ne peut-être juge et partie».

• Le cadre juridique

Textes en vigueur (art. 44 loi du 27.12.73). Si la publicité «comporte des allégations fausses ou de nature à induire en erreur» elle est illicite. La jurisprudence est nombreuse, l'annonceur doit pouvoir apporter la preuve de ce qu'il annonce. Art. 1382 du Code Civil vise la notion de «concurrence déloyale», Art. 422 du Code Pénal condamne l'utilisation de marques par les concurrents sans autorisation, Art. 3^e loi du 10.1.78 les propriétaires de marques de commerce, de fabrique ou de service, peuvent s'opposer à ce que des textes publicitaires concernant nommément leur marque, soient diffusés lorsque l'utilisation de cette marque vise à tromper le consommateur ou qu'elle est faite de mauvaise foi.

La publicité comparative est-elle favorable aux consommateurs ? Les organisations veulent obtenir une véritable information pour le consommateur. Une contre information à la publicité séductrice. Mais les exemples actuels en France et à l'étranger montrent la difficulté et conduisent à beaucoup de réserve...

• Est-elle un facteur de concurrence ?

La publicité en général n'est pas à la portée de tous dans des conditions identiques. Il en est de même pour la publicité comparative non seulement en raison du coût, mais aussi de son utilisation. On peut aussi s'interroger sur son efficacité en matière d'innovation. La publicité comparative n'est pas interdite, mais elle est impossible, compte tenu des règles de droit et des usages du commerce en France.

• La situation internationale

La publicité comparative est interdite en Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Italie et Luxembourg (dans certains cas des exceptions). Elle est autorisée aux USA, Grande Bretagne, Irlande, Canada, Pays Scandinaves, Pays-Bas et Suisse. Là où elle est autorisée, on constate des limites de plus en plus rigoureuses. Une même tendance est constatée, la diminution du poids de la publicité comparative. Les systèmes juridiques hésitent à l'encourager. Enfin, les chiffres montrent qu'elle est peu utilisée, elle s'applique à un nombre restreint de produits, toujours les mêmes, elle est une source importante de contentieux.

(Extrait : «D'info.Consom» n° 56 juillet-août. Bulletin mensuel de l'ASSECO-CFDT 35, rue Compans 75019 Paris. Abonnement annuel 60 F).

rencontre nationale jeunes



26 . 27 octobre ANGERS

Bande dessinée réalisée par
le Syndicat des Services de Nantes



Sommaire

- **La question du jour**
Plan de formation 86 p. 3
- **Formation professionnelle**
Employées de maison,
des moyens pour bâtir le plan
de formation p. 4
- **A travers la fédé**
Informac'tion du nouveau ... p 4
Assises de l'emploi
à Mantes (78) p 5
D. Contact, un journal p 6
d'entreprise pas comme
les autres. Rodez, les délégués
inter-entreprises tiennent leur per-
manence dans la rue
le 1 % logement chez
Continent p 8
rénové par la CFDT
Les saisonniers vus par ... p 14.15
une saisonnière
- **Salaires**
Statistiques, accords p 9
de salaires
- **Syndicalisation**
Disco siège de 4 à 47 p 10
adhérents en un an,
l'ambiance a changée
Mutuelles Unies Rouen p 11
progression en voix, une
syndicalisation qui ne suit pas.
- **Horaires**
Carrefour Anglet (64), p 12
On expérimente les horaires
libre choix
Assurances, réduction et ... p 13
aménagement du temps de travail
- **Emploi**
Quel avenir pour le mouvement p 16
coopératif
- **Producteurs**
Grands magasins, p 17
une pratique économique
sur le terrain
- **Consommation**
Publicité comparative, p 18
plus blanc que blanc
- **Jeunes**
Les saisonniers vus par p 14 et 15
une saisonnière
Turbulence 85. bande p 19
dessinée du syndicat de Nantes
Jeunes saisonniers : p 20
si on créait une AMOF

Photos, photographes, appel aux militants. Inform'action est intéressé par toutes photos noir et blanc dans nos professions.

Crédit photos p. 1-13-14-15 : Agence REA,
Gayard, Sitter, D'Hondt, Maillac

Jeunes saisonniers : si on créait des A.M.O.F

Beaucoup de jeunes à la recherche d'un premier emploi trouvent à s'embaucher comme saisonniers dans l'hôtellerie-tourisme. A la fin de leur contrat de travail, ils se retrouvent au chômage sans possibilité de bénéficier d'une formation.
Pour lutter contre cette précarité et permettre leur insertion professionnelle la loi du 3 janvier 85 permet de créer par accord collectif une structure intermédiaire : l'Association de Main d'œuvre et de Formation.

L'AMOF, qu'est-ce que c'est ?

En modifiant l'article L 980.13 du Code du Travail, la législation sociale rend possible la mise à disposition de stagiaires pour des périodes de travail en entreprise par une structure originale créée à cet effet.
Cette mise à disposition n'est autorisée qu'à la condition de s'inscrire dans

un plan d'insertion professionnelle proposé à des jeunes de 18 à 25 ans comportant des périodes d'emploi et des périodes de formation.

L'initiative de la création des AMOF appartient aux partenaires sociaux, la détermination des règles du jeu non précisées par la loi et la réglementation en vigueur leur appartient également dans une large mesure. Bref, ce sont eux qui donneront vie aux AMOF et veilleront à leur bon fonctionnement. La loi s'est bornée à rendre leur initiative possible.

Déjà dans le tourisme social nous négocions la mise en place d'une structure professionnelle de ce type. En Savoie, les militants de notre syndicat hôtellerie tourisme avec d'autres, envisagent d'en mettre une sur pied au plan local. Dans la région Provence Alpes Côte d'Azur avec l'aide de la mission jeunes du conseil régional et du Fonds d'Assurance Formation de l'Industrie Hôtelière (FAFIH), les contacts sont pris pour en créer.



Association pour le Développement
d'Etudes et de formation
dans les secteurs des Services.

5, rue Mayran
75009 PARIS
Tél. 45 26 26 50

Session trésorier(e) de comité d'entreprise 13, 14, 15 janvier 1986 à Paris

Cette session s'adresse aux Trésorier et adjoint de Comité d'établissement ou d'entreprise, et aux militants intéressés.

Son contenu porte sur :

- le rôle du Trésorier (adjoint) dans les CE, ses responsabilités et attributions,
- l'élaboration, la préparation, le suivi des budgets (social et de fonctionnement), les procédures...
- la comptabilité du CE

apprendre à :

- tenir les journaux de banque et de caisse (et ventiler les dépenses et recettes dans les postes du budget)
- effectuer un rapprochement bancaire
- établir un comité (résumé) de résultat, le bilan
- gérer la trésorerie du CE

Date limite de candidature :
20 novembre 1985

Prix : 1800 F TTC par participant (*)
hors restauration et hébergement.

Bulletin de candidature
(à retourner avant le 20 novembre)

Nom Prénom

Adresse

Nom Prénom

Adresse

se porte candidat pour participer à la session Trésorier de CE des 13, 14, 15 janvier 1986

Entreprise

Responsable :

Nom Téléphone