L'itinéraire d'une affiche «en pleine adéquation avec la France du recentrage»

«Un travail sympa c'est extra», «Un travail quand je veux travailler, c'est la liberté», «Un travail quand j'en ai envie c'est la vie»... Trois photos de femmes, deux sont très jeunes, la troisième a la quarantaine. Enfin, dernier personnage de cette campagne publicitaire pour une boîte d'intérim, un homme. Pour lui, la formule est assez nettement différente : «Un travail rapidement, c'est important». Une campagne accrocheuse, qui se remarque dans les couloirs du métro et du RER. Accrocheuse avant tout par les thèmes mis en avant. Ce n'est qu'au dernier moment que vous prenez le temps de constater qu'il s'agit bien d'une entreprise de travail temporaire, et éventuellement de noter son nom et son adresse, si vous cherchez du travail... A peu près impossible de ne pas être frappé par l'évolution de la démarche, avec ces affiches. On n'insiste plus sur les qualifications, sur les rémunérations. Un seul thème au fond : la «qualité de la vie» et du travail, une vie où le travail ne serait plus un esclavage quotidien... grâce à l'intérim. Nous nous sommes dit qu'une telle campagne ne tombait pas du ciel, et que ceux qui en étaient les auteurs n'avaient pas travaillé au hasard. Effectivement...

A l'agence publicitaire en question, la première chose qu'on nous dit c'est précisément cela. Une telle campagne est le fruit de plusieurs mois de réflexion, d'études qui mettent en jeu de gros moyens. «On ne travaille pas au pif ; le travail d'une agence, c'est d'élaborer une stratégie de marketing : déterminer les cibles, les médias qui auront le meilleur rendement possible avec le moins d'argent possible». Ordinateurs, informations régulièrement mises à jour, enquêtes, groupes de travail. Ce n'est pas de l'à peu près.

Comment le problème est vécu par les intéressés

Avant de se lancer dans cette campagne d'affiches, l'agence a donc fait «une petite étude sur les intérimaires, étude dite qualitative». Cette étude a pour but de cerner les attitudes et les comportements des gens par rapport au travail temporaire. De là, plusieurs faits saillants sont mis en lumière. Leur intérêt n'est pas qu'ils soient vrais ou faux, mais qu'ils correspondent à la façon dont le problème est vécu par les intéressés.

Plusieurs types de motivations

«Le travail temporaire répond à plusieurs motivations. Première possibilité : apprendre un métier, acquérir une formation, s'intégrer de la sorte dans le monde du travail. Ce sont des gens relativement jeunes, entre l'âge où l'école n'est plus obligatoire, donc 16 ans, et 20-22 ans. Deuxième motivation qui correspond à ce qu'on appelle «la phase d'équipement ou phase d'indépendance». C'est le jeune qui ne vit plus chez ses parents, qui veut habiter avec sa petite amie, s'équiper, acheter une voiture, sans pour autant travailler tout le temps. C'est la phase la plus classique. Le problème, là, c'est répartir de façon satisfaisante l'espace loisir et l'espace travail. L'âge est variable, la moyenne 25 ans. Il y a aussi ceux qui en ont fait un «choix professionnel», qui n'ont pas besoin de travailler tout le temps, parce que par exemple ils mènent des études

des parallèlement. Ils ne veulent pas travailler à longueur d'année dans la même entreprise... Il y a enfin le «marché de la seconde carrière», avec les femmes qui ont fini d'élever leurs enfants, ou qui divorcent et ont alors besoin de ressources propres».

Psychodrame et publicité

En plus de cette étude, on tient une «réunion de groupe». Huit ou neuf personnes, l'animation étant confiée à un psychosociologue spécialiste des techniques de créativité. Un «groupe qui fonctionne sans hiérarchie, sans leader qui écraserait le point de vue des autres». Pour cela, il existe des «techniques de purge» qui doivent mettre tout le monde à l'aise. «Le psycho-sociologue ne pose pas de question ouverte ou fermée, il ne fait qu'alimenter la discussion». Discussion enregistrée sur magnéto ou vidéo. Tout ce qui aura été dit va être épluché, groupé par familles de thèmes. «Une analyse complète du discours», «une photographie de ce que pensent les gens, à tort ou à raison». Là encore des «faits saillants» vont être «amenés à la surface», au niveau qualitatif bien sûr. Mais sur cette base-là, si on s'aperçoit que tel aspect négatif est mis en avant par exemple, on peut faire alors une enquête quantitative.

Qu'est-il ressorti de cette réunion de groupe ?

Un problème de statut

D'abord, que «le travailleur temporaire a un problème de statut dans la société. Il n'est pas considéré comme un travailleur à part entière, que ce soit par son entourage ou par les gens qui l'accueillent dans l'entreprise. Le travailleur temporaire se repositif donc, en disant qu'il est nécessaire puisqu'on fait appel à lui, qu'il est spécialiste puisque l'entreprise qui le fait venir n'a pas chez elle le personnel qui aurait fait ce travail.

Deuxième aspect, les travailleurs temporaires reprochent aux entreprises intérimaires de leur dire : «Vous cherchez du travail, venez chez nous». Du travail, ils en cherchent, assurément. Et ils

ne le savent que trop. On ne fait là que les angoisser davantage, d'autant plus qu'ils savent que ça se termine souvent par «On vous écrira». Ils assimilent donc les entreprises d'intérim à un grand fichier».

Pas de fumistes, de vrais intérimaires

Il y a bien sûr aussi des réunions avec les chefs de personnel qui travaillent avec telle ou telle agence. Dans le cas d'une campagne d'affiches, qui peut être vue par l'intérimaire comme par le chef du personnel, il faut bien vérifier qu'il n'y a pas de contradiction, que l'affiche ne choque ni l'un ni l'autre. En l'occurrence, les photos ne représentent pas des gens qui ont l'air de fumistes, même s'ils ne veulent pas travailler toute l'année. Et pour le public d'éventuels intérimaires, l'agence de publicité a préféré ne pas s'adresser à des mannequins «auxquels ils ne peuvent s'identifier» mais à ... des intérimaires.

La France est coupée en trois...

On commence peut-être à voir se dessiner l'affiche. Pourtant, on n'a pas fait le tour des enquêtes et études. Il en reste au moins une, très importante, faite à partir des «Etudes des courants socio-culturels de la France», réalisées par un organisme tout ce qu'il y a de plus sérieux, et qui met ses résultats à la disposition tout aussi bien des agences de publicité que des hommes politiques. «Tout le monde s'en sert». Ces études sont destinées à cerner l'évolution de la mentalité des Français, elles se font depuis 1975, sont remises à jour tous les mois, et seraient donc «très fiables». On a donc laissé tomber le «Français Moyen» ou l'étude par catégories socio-professionnelles, on s'est aperçu qu'un cadre ou un ouvrier pouvait avoir le même état d'esprit. Et cela donne donc des «familles de mentalités, d'attitudes, de comportements... vis à vis de la famille, de la politique, de tout...».

Selon ces études, la France ne serait pas «coupée en deux», comme on le dit parfois, mais en trois. Trois familles et douze «sous-familles». On se bornera à examiner les trois grandes familles... la «France de l'aventure», la «France utilitariste», et la «France du recentrage».

«La France de l'aventure regroupe les bénéficiaires de l'expansion. Pour cette catégorie, les valeurs, c'est l'argent, la réussite sociale, la belle voiture qu'on montre aux voisins, qu'on change tous les ans...»

Il y a la France utilitariste, ceux qui croient au travail, aux traditions, famille, mariage, qui ont leur livret de Caisse d'Épargne... La France morale et puritaine, celle des militaires...»

«Et enfin, la France du recentrage. Des gens attachés à la

personnel temporaire toutes professions

secrétariat Secrétaire bilingue Secrétaire Sténo-dactylo Dactylo Standardiste... etc	technique Dessinateurs Tireur de plan Détaillant Exécution Etudes Projeteur Chef de groupe Préparateurs 1, 2 ^e et 3 ^e échelon Agents Techniques De laboratoire Plate-forme De lancement et Ordonnancement De contrôle... etc	industrie de l'OS au PS Mécanique fabrication Mécanique outillage Mécanique électricité Electronique Métallurgie Soudure tuyaut. Tôlerie chaudr. Conditionnement Emballage-manut. Garages transports Entretien nettoyage Employés de service Bâtiment Plastique Pétrole chimie Indus. pharmaceutique Imprimerie reliure Textile - couture Confection... etc
--	--	---

OPÉRA 4 Place de l'Opéra (2 ^e) 742.10.10	12 agences Paris-banlieue	PUTEAUX (92) 134 Av. du Pdt Wilson 775.91.00
ETOILE 150 Champs-Élysées (8 ^e) 359.01.90		LOMBES (92) Henri-Barbuse 70.71.05
ALESIA 85 rue d'Alésia (14 ^e) 588.77.77		DENIS (93) Gabriel-Péri 90.70

qualité de la vie, qui ne veulent plus lever un jour la tête et s'apercevoir qu'ils n'ont pas vu grandir leurs enfants, qui veulent voir la couleur du ciel, et qui font la part des choses entre l'argent et la vie. Qui veulent une société plus d'être que de paraître...»

On sait qu'au moins jusqu'en 1985, la France du recentrage est celle qui progresse, tandis que les deux autres diminuent. Et tout le monde s'adapte à la tendance qui monte...»

travail se modifie». Les entreprises s'entourent de toute une série de «conseils» et autres, spécialisés dans un des aspects vitaux pour l'entreprise, mais qu'elle ne prend pas directement en main : «Le chef d'entreprise y gagne une plus grande indépendance vis à vis de sa masse salariale, il peut mieux prévoir l'avenir, sans subir les aléas de la conjoncture. Quand il a un salarié, il ne peut pas le licencier assez facilement...»

«Une campagne en pleine adéquation»

«Sur le problème du travail, on a donc une approche qualitative, où la vie personnelle ne doit plus être sacrifiée, où l'on peut choisir le lieu, la durée du travail. Conclusion, la campagne en cours «est en pleine adéquation» avec la tendance du recentrage...»

Mais si, dans ce type d'explications, on parle beaucoup de qualité de la vie, et c'est un fait que les travailleurs se battent de plus en plus pour cela aussi, du point de vue des patrons, c'est vers une autre organisation du travail qu'on s'oriente : «A travers cette étude, on va vers une société dans laquelle le statut du

«Travail temporaire», pas «intérim»

Cet aspect de l'intérim n'échappe d'ailleurs pas à ceux qui, pour une raison ou une autre, travaillent de cette façon. Quoi d'étonnant si, parmi les «faits saillants» qui ressortent des différentes enquêtes menées pour la campagne d'affiches, on trouve une hostilité globale à l'intérim ? Il n'y a pas que le mauvais souvenir laissé par la période d'avant 1972, où il n'y avait aucune législation sur l'intérim et où il suffisait d'avoir un téléphone dans une cour pour faire le «marchand de viande», qui justifie cette mauvaise presse. C'est aussi pourquoi, sur les affiches, on voit à peine qu'il s'agit de «travail temporaire» et surtout pas «d'intérim», jugé trop rébarbatif...