

Zeitschrift: Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat

Herausgeber: Société de communication de l'habitat social

Band: 49 (1976)

Heft: 6

Artikel: Possibilité de gros gains

Autor: Thomé, Martine

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-127870>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Possibilité de gros gains

14

Quelle est la ménagère qui, jetant un œil distrait sur la page des «offres d'emplois» de son quotidien, n'a pas rêvé devant quelques lignes d'annonce où l'on promettait un «gain au-dessus de la moyenne» tout en ne demandant aucune qualification particulière, et en n'exigeant que quelques heures de travail par jour !

Dans ce cas, plusieurs réactions sont possibles. Ou l'on hausse doucement les épaules, sachant bien que les miracles n'existent pas dans ce genre de domaine, et on jette le journal sans y plus penser. Ou il s'agit d'une ménagère qui s'ennuie à tenir seulement son ménage et qui de plus serait heureuse — qui ne l'est pas — de disposer d'un peu plus d'argent, alors elle découpe l'annonce avec l'idée d'y donner suite. Ou encore celle qui lit l'annonce est en chômage ou hors du circuit professionnel depuis quelques années, et cherche du travail, n'importe lequel et le plus vite possible. Alors elle prend contact immédiatement et se lance tête baissée dans ce qu'on lui propose. Ce qui, presque toujours, est loin d'être brillant.

Des proies trop faciles

Ce genre d'annonces n'est pas à proprement parler malhonnête. C'est-à-dire que, théoriquement, il est en effet possible de gagner de l'argent et même de se faire des journées beaucoup plus enrichissantes que dans un travail de bureau en tant qu'employée, ou en faisant des ménages.

Alors, de quoi se plaint-on ?

C'est là que le bât blesse. Il s'agit la plupart du temps de «représentation» qui tourne en véritable porte-à-porte pour placer des séries de livres groupés faussement en encyclopédie — il en existe de nombreuses — ou des méthodes audio-visuelles pour apprendre les langues, par exemple. Il faut donc convaincre des gens — souvent eux-mêmes d'un milieu simple — qu'ils ont tout intérêt sinon pour eux, tout au moins pour faciliter l'avenir de leurs enfants, à souscrire pour une somme importante (dépassant souvent les 1000 fr.) aux dites séries. Or, s'il ne s'agit pas vraiment de mauvais ouvrages, ils sont le plus souvent — à part un ou deux volumes — totalement inutiles.

Donc, pour que de pauvres bougres arrivent à gagner quelque argent, il faut qu'ils convainquent d'autres pauvres bougres — qui ont durement gagné le leur — de le dépenser pour rien.

Procédé pour le moins étrange, la maison d'édition, elle, ne prenant aucun risque, les représentants étant payés au prorata des ventes effectuées. La

commission sur chaque vente étant importante, il est évident que si on en fait cinq à dix dans la journée, on arrive à des mois de PDG... ou presque.

Seulement, la plupart du temps, on fait travailler les gens pour rien, car il est plus difficile qu'il n'y paraît de placer ce genre de marchandise. Donc aucun risque du côté «patronal» — si ce n'est une perte de temps pour donner quelques notions aux débutants et un manque à gagner s'ils ne vendent rien, mais, sur le nombre, il y en a toujours quelques-uns qui en placent.

Et pour forcer la porte du client, on n'hésite pas à se présenter comme «enquêteur», ce qui est un pur mensonge et marche sur les brisées de ceux qui font de véritables enquêtes en marché.

La téléphonite aiguë

Certaines annonces demandent: «téléphone et contact facile». Là encore, divers cas se présentent. Il peut s'agir de prises de rendez-vous, afin d'éviter le porte-à-porte au vendeur, de vente directe par téléphone, ou encore d'enquêtes.

Pour la prise de rendez-vous, une série d'adresses est fournie à la téléphoniste, qui opère chez elle, avec son propre appareil. Elle doit prendre un nombre minimum de rendez-vous par jour, en principe, une dizaine. On lui offre généralement 3 fr. à 3 fr. 50 par rendez-vous obtenu. Les frais de téléphone (10 ct. pour le réseau local) sont à sa charge. Mais pour obtenir un rendez-vous, il faut souvent passer dix coups de fil, soit déjà 1 fr. de frais. Quand encore on obtient ledit rendez-vous. Quand on vous engage, on vous dit qu'il faut de 3 à 5 personnes touchées pour une qui accepte. La réalité est différente. Là encore, aucun risque pour le «patron». On n'est payé que si on réussit. Et le téléphone — plus le temps perdu — reste à la charge de l'employée. Mais, bien sûr, c'est à domicile et... il n'y a pas d'impôts... ni d'AVS !

La vente par téléphone est un autre genre d'exploitation. Vous recevez un catalogue avec des objets divers... souvent genre produits de nettoyage dont chacun peut abondamment se pourvoir dans les commerces spécialisés, ou en discount dans les «grandes surfaces». C'est, paraît-il, au profit des invalides. Vœu pieux, ou pieux mensonge ? Peut-être quelques-uns de ces articles (en particulier la vannerie et broserie) ont-ils été fabriqués — et à quel prix ? — par des invalides. Ou peut-être une partie du bénéfice de la vente leur revient-elle ? Rien ne l'indique noir sur blanc et les paroles n'engagent personne... Là encore, tous les risques d'un côté, aucun d'un autre, si ce n'est les frais d'impression des catalogues et des bulletins de commande. Quant au résultat... On «travaille» dans sa propre commune. Pourquoi — sauf en pleine campagne — acheter sur un coup de fil une marchandise que l'on n'a pas choisie, ni vue, en commande ferme, alors qu'on trouve partout, et souvent moins cher, le même article !

L'ère des sondages

Il y a longtemps qu'on le sait: le client est roi, comme il a toujours raison. Sans doute est-ce pour cela qu'on tient tant à connaître son opinion et ses goûts sur un tas de sujets. Le fait est que les instituts d'études de marché poussent comme des champi-

gnons et semblent se bien porter. Là encore, c'est l'idéal pour trouver du travail provisoire, ou à temps partiel.

Disons d'emblée que, généralement, parmi tous ces métiers où l'on abuse à qui mieux mieux des travailleurs «marginiaux», ce sont les instituts d'études de marché qui sont les plus réguliers. Certains — mais ce sont les instituts internationaux où il est très difficile d'entrer — sont plus que très corrects, rémunèrent très bien leurs enquêteurs, payent l'AVS, etc. Donc, sont de vrais employeurs. Les autres instituts, où le travail est du reste bien moins intéressant, payent généralement 5 fr. par enquête, mais en exigent de 10 à 15 par jour. Et comme il faut trouver «trois femmes de 30 à 40 ans, ayant trois enfants, dont deux en âge de scolarité et un mari ouvrier» et autres précisions de ce genre, il est souvent difficile de trouver 15 personnes dans la même journée, répondant aux normes exigées et qui veulent bien répondre à un questionnaire trop détaillé qui exige de vingt à trente minutes d'entretien, s'il veut être fait honnêtement. Mais là encore, il s'agit toujours de travail temporaire pour lequel il faut être disponible immédiatement. Aucun institut ne s'engage à vous fournir un travail régulier. Pour qui veut donc s'en donner la peine, il peut s'agir d'un appoint. Avec les frais — prévus par l'employeur — on arrive à 100 fr. dans sa journée. C'est encore la besogne la plus honnête dans le genre.

Un seul institut fournit un travail régulier d'enquêtes téléphoniques. Les frais de téléphone sont réglés par l'employeur, les adresses fournies également. On vous en communique 11, il faut effectuer 7 enquêtes au minimum par jour, pour 12 fr. par jour, un supplément de 2 fr. pour les enquêtes effectuées le samedi et le dimanche. On travaille de trois à quatre jours par semaine, selon les semaines. Il faut compter environ une heure passée au téléphone pour obtenir les sept réponses. Plus certaines semaines, car les questions sont parfois plus longues. Et puis environ quarante minutes pour remplir un tas de bordereaux y afférents. Donc un salaire horaire moyen de 7 fr. 20 à 8 fr. 40, selon les jours et la «chance». C'est très peu, mais c'est régulier et on travaille chez soi, à l'abri des intempéries et en jetant un œil sur les enfants, si besoin est.

Publicité à domicile

La publicité agresse de plus en plus. Certaines firmes pensent mieux toucher le client en l'atteignant à domicile et impriment à cet effet des prospectus. Il s'agit ensuite de les distribuer dans les boîtes aux lettres. Certains organismes s'en occupent et là encore recrutent leur personnel à l'aide de petites annonces alléchantes.

Là encore, aucun risque chez l'employeur, qui ne s'engage pas à vous fournir un travail régulier, mais par contre exige que vous soyez disponible quand il aura besoin de vous. Un contrat lie les deux parties. Le distributeur est payé au mille, de 12 fr. à 13 fr. environ. Le supplément au prorata. Le nombre exact de prospectus à distribuer dépend du secteur qui a été attribué à chacun. S'il faut distribuer deux prospectus différents à la fois, ou trois, les second et troisième seront payés au 50 % des premiers, soit 6 fr. ou 6 fr. 50 le mille. Le véhicule (petite charrette ou autre) pour transporter les pros-

pectus qui sont souvent lourds et encombrants n'est pas fourni par la maison. Nous ne parlons pas ici des «Messageries lausannoises», entreprise très régulière qui rémunère très normalement son personnel et lui fournit le moyen de transport.

Sans compter la première tournée, où l'on ignore où se trouvent les boîtes aux lettres de son secteur, dont certaines sont très esthétiques, mais s'ouvrent difficilement, et ce ne sont certainement pas les facteurs qui nous contrediront, il est impossible de mettre moins de quatre heures, en marchant vite entre chaque maison et en remplissant vite les boîtes, pour distribuer 1700 prospectus, par exemple, en un exemplaire, et six heures pour les distribuer en deux ou trois selon les formats et l'épaisseur. Ce qui fait un salaire horaire de 5 fr., ou de 6 fr. 80 dans le meilleur des cas. Il faut faire les distributions dans les trois jours et on ne choisit pas s'il y a un, deux ou trois prospectus à porter en même temps. S'il pleut pendant trois jours, on pourra se mouiller et marcher pendant six heures pour 5 fr. de l'heure. Si l'on cède à la tentation du trolleybus pour gagner son secteur, ou du café pour se reposer cinq minutes et se réchauffer, il faut encore ôter ces frais d'un salaire dérisoire ! Mais, n'est-ce pas, on n'oblige personne à signer le contrat...

Signes des temps

La société de plus en plus policée, organisée, pour ne pas dire organigrammée, supporte, par voie de conséquence, de moins en moins les marginaux. Or les travailleuses à domicile, les femmes sans profession qui veulent malgré tout gagner quelque argent, les étudiants en mal de salaire pour compléter des bourses trop minces ou agrémenter l'ordinaire fourni par papa, se rattachent professionnellement aux marginaux, c'est-à-dire aux malaimés de la société.

Alors les petits malins les exploitent, promettent des gains de 250 fr. par jour pour trois à quatre heures de travail... Il suffit de placer des cartes d'adhésion à un club... Puis quand chacun revient bredouille, ayant perdu son temps, fait son rapport sur les difficultés rencontrées, l'organisateur qui ne s'était engagé à rien — sauf à vous payer un pourcentage en cas de vente — remercie pour les renseignements obtenus. «Très intéressants, je vais revoir le problème, il y a certainement quelque chose qui cloche, puisque tout le monde a obtenu les mêmes réponses.» Un sondage d'opinion qui coûte moins cher que de s'adresser à un institut d'étude de marché ! Mais là encore, personne ne vous a obligé à accepter le travail. Donc pas de contrainte, pas de plainte possible. La plupart de ces procédés — sauf ceux employés par les instituts d'étude de marché qui, comme nous l'avons vu, payent plus ou moins bien, mais sont honnêtes — frisent l'illégalité: représentants à bon compte, vente illicite, etc., mais ne franchissent pas le pas qui rendrait l'entreprise carrément frauduleuse. Trop malins pour cela, les employeurs... et trop besoin de boulot, ceux qui y travaillent, pour oser se plaindre. A moins qu'il ne s'agisse seulement que d'arrondir ses mois, mais c'est parfois hélas, tout aussi crucial.