

Derrière les uniformes des petits jobs

PAR KHEDIDJA ZEROUALI
ARTICLE PUBLIÉ LE SAMEDI 5 DÉCEMBRE 2020

Dans son livre photo *Garçon de café*, le photographe rennais Yves Drillet raconte les mille compromis que les jeunes travailleurs trouvent pour donner malgré tout un sens à leurs petits jobs.



Léo, livreur chez Domino's Pizza (à gauche), et Marvin, employé polyvalent et livreur chez Pizza Hut. © Yves Drillet

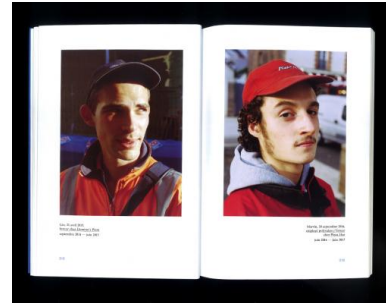
Dès les premières pages de *Garçon de café*, le photographe rennais Yves Drillet immortalise la pose presque nonchalante, bras croisés et dos au mur, de Louis, équipier polyvalent chez McDonald's, avec son t-shirt bleu et noir floqué du grand M jaune qu'il semble assumer, tête haute et léger sourire en coin.

Chez McDonald's, l'habit fait le moine. Les managers, un cran au-dessus dans la hiérarchie, ont des tenues plus sobres, souvent entièrement noires. Il y avait aussi, dans certains restaurants, l'obligation pour les hôtesse de porter la jupe. Cette époque devrait, normalement, être révolue.

Après des mois de mobilisation, McDroits, collectif de défense des salariées de McDonald's, a obtenu quelques premières avancées : un numéro vert, la nomination d'un référent qualité de vie au travail dans chaque restaurant, mais surtout, la fin de la jupe obligatoire.

Lors d'un rendez-vous, mardi 10 novembre, entre le directeur des ressources humaines (DRH) de McDonald's France, Salim Hassane, ses équipes et le collectif, une promesse a été formulée aux salariées. « Ils adresseront une note interne à tous les

restaurants en rappelant que les équipières doivent avoir le choix de leurs tenues », rapporte McDroits. Et ce n'est pas rien.



Léo, livreur chez Domino's Pizza (à gauche), et Marvin, employé polyvalent et livreur chez Pizza Hut. © Yves Drillet

Les récits, nombreux, de violences sexistes et sexuelles chez McDonald's, que nous avons documentées, commençaient parfois par des considérations vestimentaires. Une jupe trop courte et les clients qui reluquent – impossibilité, donc, souvent, pour celle qui la porte, de se pencher en avant –, un t-shirt trop serré et les collègues qui commentent la poitrine, quand ils ne la touchent pas directement. Il y a celles qui, dès que le service est terminé, se débarrassent rapidement de leur tenue de travail et puis il y a ces autres qui posent fièrement, le torse barré du M jaune. Ce sont ceux-là qu'Yves Drillet a photographiés à Rennes, qui, enrôlés dans le théâtre familial du géant américain, finissent pas porter ses couleurs presque avec fierté.

À travers ses portraits, réalisés entre 2013 et 2015, le photographe documente le rapport à l'uniforme et, au-delà, au travail, chez les jeunes travailleurs. Il ont la vingtaine et sont surveillant de parcs, employée polyvalente à Mezzo di Pasta, serveuse à L'Instant crêperie ou hôte de caisse chez Géant.

Bien sûr, pour tous, l'utilité première de leur job reste le salaire qu'ils toucheront à la fin du mois et qui leur permettra de payer le loyer de leur chambre d'étudiant, de soulager leurs parents et même de subvenir à leurs propres besoins. Et pourtant, tous adoptent des stratagèmes pour ne pas avoir trop honte du logo apposé sur leur casquette ou leur t-shirt. Ainsi arrivent-ils, en creusant bien, à trouver une utilité sociale ou presque à leur petit boulot. « L'utilité sociale du travail, c'est une belle idée qu'il faut défendre

contre les discours libéraux vides de sens, mais, dans l'immédiat, le plus important pour moi, c'est de documenter comment chacun résiste à l'étau », explique Yves Drillet.

Dans la postface, Vanessa Pinto, maîtresse de conférences en sociologie à l'université de Reims Champagne-Ardennes, chercheuse au Centre d'études sur les emplois et les professionnalisations et au Centre européen de sociologie et de science politique (CNRS-EHESS Paris I), et auteure de *L'École du salariat. Les étudiants et leurs « petits boulots »* (PUF, 2014), écrit : « *Ce qui permet surtout à ces jeunes précaires de supporter leur poste, c'est la mise à distance qu'ils cultivent à son égard : le jeune facteur "laisse aller ses pensées" tout en effectuant des tâches rébarbatives de tri postal, l'équipière de fast-food "reçoit les commandes comme un robot"... Cette mise à distance est exprimée par la plupart des personnages du récit-travelling d'Yves Drillet qui, ainsi, porte le lecteur à voir ses photographies comme des portraits dédoublés : des visages et des corps d'un côté, des uniformes de travail de l'autre. Ce qui unit les deux interroge le lecteur/spectateur, le photographe et, peut-être, les sujets eux-mêmes.* »

Il y a ceux, nombreux, qui exercent ces jobs en parallèle de leurs études et qui s'en déferont bientôt. Ceux qui détestent leur petit job et font tout « *pour se saborder* ». Ceux encore qui ne font pas ou plus d'études, qui ont d'abord pris ce travail comme passager et qui, finalement, s'en accommodent. « *Oui, certains finissent par aimer leur travail. Ils ont délaissé l'idée de faire autre chose et apprécient le temps que leur laisse ce job.* »



Céline, équipière polyvalente à Big Fernand. © Yves Drillet

Avant d'être photographe indépendant, Yves Drillet a lui-même exercé des petits boulots. Il était l'une des petites mains de la préfecture de Versailles : « *C'était au service des étrangers et j'étais chargé de prendre les empreintes à la chaîne, kafkaïen comme travail.* » Puis il a été kiosquier à Paris : « *Ce qui devait être un temps partiel s'est transformé en temps plein, je ne faisais plus rien d'autre de ma vie pendant huit mois, à peu près* », confie-t-il à Mediapart. Dans son livre *Garçon de café*, il précise : « *Je me retrouvais derrière la caisse d'un kiosque dans le métro. Sur le quai, je voyais défiler la clientèle, bien incapable de discuter avec eux si ce n'est pour échanger des banalités. Je me sentais alors comme le garçon de café de Sartre, prisonnier dans un rôle à contre-emploi... La vérité, c'est que je vendais surtout des viennoiseries surgelées et du café.* »

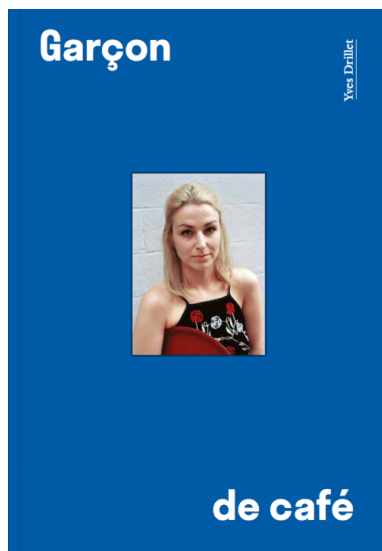
Il finit par démissionner et retourne à Rennes avec l'envie de photographier les jeunes travailleurs précaires que personne ne regarde.

« *Dans ces images, j'ai voulu honorer la résilience de mes sujets, leur résistance passive dans un monde qui leur impose des non-choix.* »

Les images défilent. Simon, employé polyvalent et livreur chez Domino's Pizza, retire son casque estampillé du logo de la chaîne de pizzas et laisse voir de grands cernes. Yannis, coursier à vélo pour Uber Eats, pose, sac sur les épaules, assis sur la selle de son vélo, un cache-nez noir jusqu'aux yeux, déjà

prêt à repartir pour une nouvelle course sous-payée. Ni lui ni les autres n'affichent les grands sourires des panneaux publicitaires. Sauf peut-être Émilie, étudiante et auxiliaire de vie sociale dans un Ehpad, blouse parfaitement blanche, un grand sourire adressé à un homme très âgé.

Yves Drillet n'a pas seulement photographié ces jeunes travailleurs, il les a aussi interrogés sur leur rapport au travail. Nombre des salariés photographiés travaillent dans des chaînes de restauration, McDonald's, Poutine Bro, Pizza Hut, Domino's Pizza, Sushi Shop, Big Fernand ou encore La Brioche dorée. Le photographe raconte que les jeunes serveurs, livreurs et employés polyvalents de ces chaînes ont souvent du mal à donner un sens à leur travail. Par exemple, pourquoi devrait-on livrer des riches qui ne veulent pas se déplacer ? Et pourtant, « *tous essayent d'y ramener quelque chose de personnel qui leur fait dire que ce qu'ils font n'est pas tout à fait inutile. Parfois, ils se rassurent entre collègues... Quand on accorde autant de temps de sa vie à un travail, on ne peut pas faire autrement que de s'engager même un peu et de trouver quelque chose de positif dans ce que l'on fait* ».



« Garçon de café », édité par Nouveau Palais, est disponible dans quelques librairies de Rennes et au Plac'art photo, à Paris. © Yves Drillet

Les photos sont émaillées d'un récit de quelques pages, *La Peau et l'uniforme*, où le photographe relate les témoignages des jeunes salariés photographiés

dans une sorte de balade dans le Rennes des petits jobs. D'une rue à l'autre, Yves Drillet donne à voir les jeunes femmes et hommes derrière les uniformes : « *Un an à bosser comme coursier à vélo, il se demande régulièrement si cela vaut le coup. Il gagne bien, certes, il se vante même d'être le meilleur livreur de la ville. Néanmoins, il doit constamment s'équiper, réparer, entretenir... Les plus jeunes s'inventent des vies d'entrepreneur sur Snapchat alors qu'ils gagnent à peine le Smic en faisant 50 heures. Les bobos trouvent le concept cool et écolo mais ne sont pas capables de décoller cinq minutes de leur écran pour sortir et partager un moment sain au resto. Les collègues à scooter sont pas très écolos pour le coup. Les clients déprimés, muets, aux têtes d'enterrement, sont bien plus prolixes pour noter sur l'application : "La commande est froide."* »

D'autres ont moins de difficulté à donner un sens à l'activité salariée qui occupe leurs journées.

« *Les postiers sont ceux qui ont fait les récits les plus positifs. Distribuer le courrier, c'est connaître les gens du quartier, vraiment, et les servir. Il y a aussi ceux qui travaillent à la SNCF. Il y a chez eux cette idée-là que le travail garde une utilité sociale.* » Pourtant, même Antoine, facteur à La Poste, ou Hugo, agent commercial voyageur à la SNCF, n'affichent pas les mines des meilleurs jours. Antoine regarde tout droit dans l'objectif, l'air sérieux et les mains posées sur les hanches. Yves Drillet explique que même les plus fiers du service public se heurtent à de nombreuses désillusions.

« *Antoine était guichetier de la SNCF. Il me fait comprendre à quel point ce travail l'a durement marqué, écrit le photographe... L'idée d'être dans un service public s'est vite confrontée à des méthodes managériales tournées vers le profit et à la défaveur des usagers qu'il faut désormais appeler clients.* » Yves Drillet relate ainsi cette consigne rapportée par le guichetier. « *Au lieu de proposer un voyage en seconde, demande toujours au client s'il voyage en première. Les gens n'aiment pas avouer qu'ils n'ont pas les moyens.* »

À chaque entretien, le photographe posait la question de l'utilité sociale du travail. « *Est-ce que ton travail produit quelque chose de bon, de bien ? D'abord, ils ne comprenaient pas ma question. Par exemple, au McDo, ils avaient du mal à trouver une raison et souvent ils me disaient que ce qui faisait le plus sens dans leur travail finalement, au-delà du salaire*

bien sûr, c'était la solidarité entre équipiers face à la violence, notamment celle des clients. Une manière de rendre le travail le moins insupportable possible. »

Garçon de café, édité par Nouveau Palais, est disponible dans quelques librairies de Rennes et au Plac'art photo à Paris.

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Direction éditoriale : Carine Fouteau et Stéphane Alliès

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, François Vitrani. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart, Société des salariés de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.