



## Résumé de la campagne Couche-Tard de la CSN

Depuis quelques années, la Confédération des syndicats nationaux (CSN) a engagé une réflexion sur la syndicalisation des personnes les plus précaires, celles au salaire minimum, les jeunes, les femmes et les membres des communautés culturelles.

En décembre 2010, des travailleurs d'un dépanneur Couche-Tard viennent rencontrer le service de syndicalisation de la Confédération pour obtenir de l'aide. Ils veulent se syndiquer alors que toutes les tentatives de ce type en Amérique du Nord, dans le petit commerce de détail et dans la restauration rapide, se sont, précédemment, soldées par des échecs.

Les dépanneurs sont des établissements d'une dizaine d'employé-es, souvent ouverts 24 heures, qui vendent des produits de première nécessité comme du lait, de la bière, des cigarettes et, souvent, de l'essence.

Couche-Tard est un géant du commerce de détail. L'entreprise se classe au 31<sup>ème</sup> rang mondial pour ce qui est des plus importants détaillants de la planète en termes de revenus<sup>1</sup>. En 2013, les revenus ont totalisé 35 milliards de dollars. Couche-Tard contrôle 12 500 sites en Amérique, en Asie et en Europe. 80 000 personnes y travaillent. En 2012, Couche-Tard a effectué la plus importante transaction de son histoire en faisant l'acquisition de la norvégienne Statoil Fuel and Retail. (Rapport annuel 2013)

Les conditions de travail dans les dépanneurs du Québec étaient déplorables : salaire minimum, dérogations fréquentes aux normes minimales du travail, droits bafoués en santé-sécurité, fréquents braquages.

En deux ans, huit succursales se syndiquent. Des centaines de personnes affluent vers la CSN mais l'entreprise utilise de nombreux moyens pour intimider les travailleuses et les travailleurs, ce qui ralentira dramatiquement la syndicalisation : congédiements, rumeurs, diffusion d'une vidéo du PDG qui menace de fermetures les succursales susceptibles de se syndiquer, fermeture de deux succursales, gérants qui font de l'ingérence, utilisation de caméras pour surveiller les employé-es, franchisage des succursales qui étaient toutes corporatives, etc.

La CSN sera active sur le front juridique en poursuivant l'entreprise pour activités antisyndicales. La mobilisation se poursuivra, notamment par de fréquentes manifestations, ainsi que par la mise sur pied d'un système de « parrainage » où environ 500 personnes s'engagent à visiter régulièrement les succursales non-syndiquées pour y distribuer un tract sur les normes du

---

<sup>1</sup> La Presse, 14 janvier 2014

travail. La Confédération fera des liens avec des syndicats norvégiens ainsi qu'avec les organisations étudiantes du Québec. Des contacts suivis seront aussi développés avec des communautés religieuses et avec des investisseurs responsables ce qui permettra aux travailleurs des Couche-Tard syndiqués d'aller poser des questions pendant les assemblées d'actionnaires.

Plusieurs moyens seront utilisés pour sensibiliser la population : panneaux routiers, dénonciations des conditions de santé-sécurité, fêtes avec les résidents voisins des succursales syndiquées, etc.

Finalement, en octobre 2013, la compagnie va accepter de signer une première convention collective avec six succursales et de régler de bons dédommagements pour les employé-es des deux succursales fermées. C'est une première en Amérique du Nord.

Certaines des conditions salariales ainsi que deux journées de congé mobiles seront données aux 7 000 employé-es qui travaillent dans les succursales non-syndiquées. Toutefois, les protections syndicales ainsi que les principes d'ancienneté pour les vacances et les horaires, seront uniquement gagnés par les travailleuses et les travailleurs syndiqués.