

# La voyageuse de commerce

Enquête faite par la Ligue Sociale d'Acheteurs sur la profession  
de voyageuse de commerce

Rapport par *Marguerite de Rougemont*

---

## Table des matières

- |   |  |
|---|--|
| I. Introduction.  | 3° Importance sociale de cette profession.                           |
| II. Généralités sur la profession de «voyageur au détail»:  | IV. Moyens d'améliorer la situation.                                 |
| 1° Définition.  | V. Tabelles:   |
| 2° Origine et formation.  | Voyageuses de commerce en Suisse, dans diverses branches (I et II).  |
| 3° Base légale.   | Conditions d'engagement ( <i>a</i> et <i>b</i> ): Revenus.           |
| III. La femme dans cette profession:  | — Age. — Raisons de voyager. — Groupes professionnels.               |
| 1° Débuts et développement.   | VI. Voyageuses pour le commerce de gros et voyageuses indépendantes. |
| 2° La profession: Activité. — Capacités. — Conditions d'engagement et possibilités de gain. — Possibilités d'avancement. — Organisations. |  |
- 

## I. Introduction

Il y a une dizaine d'années, les voyageuses de commerce étaient encore fort peu nombreuses. Actuellement, dans certaines contrées, elles sont devenues une vraie calamité. On les rencontre toujours et partout; elles pénètrent dans chaque village, dans chaque maison.

Les ménagères se plaignent. Beaucoup ont été mal servies; d'autres ont été entraînées par la voyageuse de commerce à faire des commandes inutiles; d'autres encore ont versé un acompte et n'ont jamais reçu la marchandise commandée. Les voyageuses de commerce sont considérées comme insolentes, indiscrètes et peu sérieuses.

Mais les voyageuses, elles aussi, se plaignent. Les ménagères, disent-elles, les reçoivent souvent d'une façon peu aimable et même grossière, ce qui complique énormément leur travail et le rend désagréable et déprimant. Elles signalent le manque d'honnêteté de certaines maisons de commerce, dont les conditions d'engagement sont intolérables, qui ne paient pas régulièrement la commission, font de belles promesses, mais ne les tiennent jamais!

C'est afin d'examiner le bien-fondé de ces plaintes, de rechercher la cause des incon vénients signalés et de trouver, si possible, un moyen d'y remédier, que la

Ligue Sociale d'Acheteurs a entrepris, au printemps 1931, une enquête sur la profession des voyageuses de commerce.

Cette enquête ne se fit pas sans difficultés. Souvent des voyageuses appartenant à la même maison de commerce habitent diverses parties de la Suisse. Il est aussi fort difficile d'obtenir des adresses exactes, car avant la mise en vigueur de la nouvelle loi du 1<sup>er</sup> juillet 1931 sur les voyageurs de commerce, les bureaux d'émission des cartes de légitimation ne connaissaient généralement que le lieu de domicile du voyageur, mais non son adresse précise. Malgré l'aide obligeante des bureaux de contrôle des habitants, spécialement dans les grandes villes, il fut souvent impossible d'atteindre la voyageuse de commerce, celle-ci ne se trouvant plus à l'adresse donnée et l'ayant quittée sans laisser d'indications. Après le 1<sup>er</sup> juillet 1931, la situation s'améliora un peu; la nouvelle loi exigeant que le voyageur de commerce soit au bénéfice d'un permis de domicile, son adresse est, de ce fait, déposée. Mais ces adresses elles-mêmes se trouvent être inexactes au bout de très peu de temps.

Toutes les voyageuses de commerce dont il fut possible de se procurer l'adresse, reçurent du secrétariat central de la L. S. A. un questionnaire avec 11 questions se rapportant : à la profession exercée précédemment, aux conditions d'engagement, au salaire et à la possibilité de créer, éventuellement, une association des voyageuses de commerce. Une lettre d'accompagnement indiquait le but de l'enquête. A cette lettre étaient joints un programme de la L. S. A. et une enveloppe affranchie pour les réponses. Celles-ci furent si peu nombreuses que la Ligue se vit obligée de chercher des collaboratrices et de les charger de faire, dans différentes villes, une enquête aussi exacte que possible. On choisit pour cela une ville dans laquelle résident un grand nombre de voyageuses appartenant à des maisons de commerce très diverses et vivant dans des conditions différentes également: ce fut Zurich. Une autre ville possédant des maisons de commerce connues, employant depuis de nombreuses années des voyageuses: ce fut St-Gall. Une ville où la profession de voyageuse de commerce ne s'est développée qu'en ces dernières années: Berne. Puis les villes de Lausanne et de Genève afin de connaître la situation en Suisse romande, situation différant passablement de celle de la Suisse allemande.

Les collaboratrices essayèrent de se procurer dans ces diverses villes encore d'autres adresses de voyageuses de commerce et leur envoyèrent également le questionnaire de la Ligue. C'est ainsi que 710 questionnaires furent expédiés: 440 restèrent sans réponse, 84 revinrent faute d'adresse suffisante, 91 rentrèrent avec les remarques «ne voyage pas», «ne voyage plus», «ne me concerne pas». 95 voyageuses remplirent le questionnaire, mais les unes le firent d'une façon fort incomplète, si bien que 75 questionnaires seulement donnent des réponses à peu près précises.

Afin de compléter ces réponses insuffisantes, on essaya d'obtenir des renseignements complémentaires en se rendant personnellement chez les voyageuses de commerce. Mais là aussi les difficultés furent nombreuses. Bien que l'on ne rendît visite qu'à des voyageuses ayant reçu le questionnaire, plusieurs d'entre elles

n'habitaient déjà plus au même endroit et n'avaient pas laissé leur nouvelle adresse (plusieurs voyageuses avaient changé jusqu'à 5 fois de domicile en 1 année!). D'autres n'étaient pas à leur domicile, bien que la visite eût toujours été annoncée d'avance. 77 voyageuses ne purent, pour ces diverses raisons, être atteintes. Dans les villes de Zurich, Berne et St-Gall, 128 voyageuses reçurent la visite des collaboratrices de la Ligue.

Mais les renseignements obtenus ainsi ne sont pas non plus très complets. Les voyageuses se montrèrent généralement très méfiantes. Il était souvent fort difficile de les persuader que la visiteuse ne venait pas en espionne des autorités fiscales ou de la concurrence, mais bien dans une bonne intention. Lorsque cette méfiance était enfin vaincue, la voyageuse se laissait parfois aller à raconter sa vie, mais sans vouloir faire de déclarations précises, si bien que des renseignements concernant les conditions de travail et de salaire ne purent être obtenus que par des questions indirectes, au cours de la conversation. Beaucoup de voyageuses refusèrent de recevoir nos visiteuses et de donner des renseignements quelconques. Mais ces visites «sur le palier» permirent aussi de se faire une idée de la mentalité et de la façon de travailler de quelques femmes.

Diverses maisons de commerce employant des voyageuses furent également priées par la L. S. A. de fournir des renseignements sur les conditions d'engagement et sur les expériences faites avec ce personnel féminin. Un premier essai de s'adresser par écrit à des maisons demandant par insertions des voyageuses de commerce, ne donna aucun résultat. On obtint plus de succès en rendant visite à 19 maisons de Berne, St-Gall et Zurich, bien que quelques-unes d'entre elles refusèrent aussi de donner des renseignements sur leurs conditions d'engagements. On s'adressa en outre, par écrit, à 20 grandes maisons de commerce de la Suisse pour savoir si elles s'intéresseraient éventuellement à la création d'un office central de placement et de formation professionnelle pour voyageuses de commerce (ceci sur la proposition de 2 maisons de commerce). On les pria également de bien vouloir fournir encore quelques renseignements pour compléter l'enquête entreprise. 9 maisons seulement répondirent; 4 négativement et 5 affirmativement; ces dernières répondirent aussi partiellement à nos questions.

Les données servant de base à ce travail, données fournies par les voyageuses et les maisons de commerce, se répartissent donc comme suit:

Données provenant de 196 voyageuses (128 oralement, 95 par écrit et 27 oralement et par écrit);

données provenant de 24 maisons de commerce (19 oralement, 5 par écrit).

Les conditions d'engagement de 82 maisons sont connues. Ces maisons occupèrent ensemble pendant l'année 1931, 525 voyageuses de commerce, c'est-à-dire le 30,4 % de toutes les voyageuses ayant travaillé en Suisse en 1931.

Pour obtenir un tableau aussi précis que possible de la situation dans cette profession, quelques-unes de nos collaboratrices (Zurich) postulèrent des places de voyageuses annoncées dans 4 différents journaux. De cette façon des entretiens oraux ou écrits eurent lieu avec 13 maisons. Les renseignements obtenus ainsi,

concernant les conditions d'engagement et les possibilités de gain, ne peuvent cependant pas être pris en considération dans la même mesure que les autres, les conditions définitives n'étant souvent fixées qu'après un temps d'essai et les possibilités de gain ne se laissant pas calculer d'avance. Mais ce qui, dans ces derniers renseignements, est surtout intéressant, c'est l'aperçu qu'ils procurent sur la façon dont certaines maisons essayent de faire du commerce aux dépens de femmes inexpérimentées.

Les renseignements fournis par les représentants des associations suivantes nous furent très précieux et aidèrent grandement à l'achèvement de notre enquête. Plusieurs de ces organisations mirent aussi très aimablement tout leur matériel à notre disposition (dossiers de cas isolés, coupures de journaux et de périodiques se rapportant à cette question, rapports annuels, etc.):

Département fédéral d'économie politique, division du commerce.

Feuille officielle fédérale du commerce.

Greffes municipaux et bureaux de contrôle des habitants de diverses villes.

Office d'orientation professionnelle pour jeunes filles, Berne.

Office du travail féminin, Zurich.

Office central des professions féminines, Zurich.

Office communal pour les adolescents, Zurich.

Société suisse des voyageurs de commerce.

Société suisse des voyageurs au détail.

Association suisse des organisations patronales.

Association suisse des employés.

Société suisse des commerçants.

Association des employées de commerce, Berne.

Association des anciennes élèves de l'école de commerce, Zurich.

Nous sommes très reconnaissants à ces sociétés d'avoir bien voulu mettre leur matériel à notre disposition car, jusqu'à maintenant, ce domaine n'avait pas été étudié, et il n'existait de ce fait aucune littérature, ce qui compliquait beaucoup notre travail.

La Ligue Sociale d'Acheteurs ne se proposait pas, au début, de faire une enquête de grande envergure. Ce n'est que grâce à l'aide financière de quelques organisations que cette enquête a pu prendre une telle importance. — Nous devons d'abord citer l'association des employées de commerce, qui a compris tout de suite l'utilité de ce travail et qui nous a soutenus de toutes façons. En outre nous avons reçu une aide financière de la Société suisse des commerçants et de l'Alliance nationale de sociétés féminines suisses. A toutes ces organisations nous disons ici notre vive reconnaissance.

L'accomplissement de ce travail fut très intéressant et même parfois riche en aperçus divers. L'impression générale qui en découle, surtout à la suite des visites personnelles faites aux voyageuses, est que cette profession offre des aspects fort différents. Si, pour quelques existences moralement et économiquement perdues, elle est souvent un pis-aller, il est certain aussi que c'est parfois la profession elle-même qui crée, hélas! des existences perdues. Par contre, plusieurs

femmes auraient été obligées de recourir à l'assistance publique si elles n'avaient pas pu trouver dans ce métier un petit gagne-pain.

Les plaintes qui s'élèvent de divers côtés ne sont souvent que trop fondées. On est indigné de voir comment certaines maisons de commerce exploitent sans scrupules l'inexpérience des femmes, comment elles se débarrassent de mauvaise marchandise ou quelles ruses elles emploient pour pousser les ménagères à leur passer des commandes, sans s'occuper si elles auront les moyens de payer ou s'il faudra avoir recours à des poursuites juridiques.

Il est tout aussi révoltant et incompréhensible de constater combien de voyageuses ne songent qu'à leur bénéfice et avec quel orgueil elles avouent leur adresse à tromper leur clientèle. La façon dont elles emploient leur gain (domestique à la maison, vêtements luxueux, etc.) laisse aussi songeur.

Mais on trouve également des femmes qu'une situation pécuniaire difficile a poussées à prendre le métier de voyageuse de commerce, ce métier leur offrant seul la possibilité d'entretenir leur famille. Ces femmes là font de leur mieux pour gagner honnêtement leur vie et permettre, si possible, un apprentissage à leurs enfants. Elles s'efforcent aussi, à côté de leur occupation, d'avoir un intérieur propre et soigné afin que leurs enfants aient malgré tout un foyer confortable et joyeux. Ce sont celles qui, malgré la routine exigée par la profession, travaillent toujours loyalement et qui souffrent d'autant plus de la méfiance et du manque d'amabilité du public.

Puis il y a la masse de celles qui n'ont pas les qualités requises pour la profession et qui cependant ne trouvent pas d'autre voie, peut-être seulement parce que personne ne les guide. Toutes celles qui, jour après jour, reprennent sans courage et sans joie la rude tâche et qui le soir n'ont plus l'énergie nécessaire de vivre un peu pour elles-mêmes, qui habitent des chambres tristes et en désordre et qui perdent de plus en plus le goût à leur travail.

Il y a celles qui sont aigries et endurcies par une trop rude lutte pour l'existence. Celles-ci déclarent: «Votre aide arrive trop tard. Personne ne nous a aidées autrefois, que les autres fassent comme nous avons dû faire!»

Il y a encore celles qui cherchent dans le plaisir et la dissipation un contre-poids à leur pénible labeur, qui vivent sans rien approfondir, ne veulent pas de responsabilités et ne se font pas de scrupules.

Et puis il y a celles qui, ayant connu des temps meilleurs, souffrent de ce triste état de choses et qui reconnaissent la nécessité d'y remédier. Mais elles sont isolées et impuissantes; elles n'ont pas de contact avec leurs collègues et ignorent volontairement ce qui se passe autour d'elles.

Heureusement, les voyageuses honnêtes et de bonne volonté forment encore la majorité, mais il est à craindre qu'un nombre toujours plus grand d'entre elles ne se laisse emporter par le courant. Aussi la nécessité de parer à ce danger croît-elle à mesure qu'augmente le nombre des voyageuses de commerce.

Nous avons donné ces impressions personnelles au début, la suite de cet exposé devant comprendre des faits précis, montrer le pénible état actuel, indiquer les causes de cet état, signaler les dangers et rechercher les moyens d'améliorer la situation de la profession de voyageuse de commerce.

## II. Généralités sur la profession de «voyageur au détail»

### 1<sup>o</sup> Définition

Le commerce revêt deux formes distinctes: le commerce sédentaire et le commerce ambulante. La différence essentielle entre eux réside dans le fait que, dans le commerce sédentaire, c'est l'acheteur qui vient chez le vendeur faire les achats qui lui sont nécessaires, tandis que, dans le commerce ambulante, c'est le vendeur qui va chez l'acheteur lui offrir sa marchandise. Le commerce sédentaire vit de la nécessité d'achat. Sa forme-type est le magasin de détail. Le commerce ambulante cherche à éveiller l'envie d'achat; le type du commerçant ambulante est le colporteur, qui va offrir sa marchandise de maison en maison.

Eveiller le désir d'achat est également nécessaire dans le commerce sédentaire, lorsqu'il s'agit de faire connaître un nouvel article ou lorsque l'on est menacé par la surproduction. C'est ainsi qu'en ces 10 dernières années, outre les moyens de réclame habituels — affiches, insertions, catalogues, envois à choix, etc. — on a eu de plus en plus recours au voyageur, lequel visite la clientèle et éveille en elle ce désir d'achat.

En fait, l'activité d'un voyageur est semblable à celle d'un marchand ambulante. Le voyageur va trouver le client chez lui pour lui offrir sa marchandise; cependant il ne peut pas être considéré comme un marchand ambulante, car (à part de très rares exceptions) il n'est pas autorisé à avoir de la marchandise avec lui et à la vendre directement. Il montre des échantillons et prend des commandes pour le compte d'une maison établie; il sert donc d'intermédiaire entre la maison qu'il représente et l'acheteur. Il existe deux types de voyageurs, travaillant dans des conditions très différentes: Les voyageurs en gros et les voyageurs au détail. Les voyageurs en gros sont des propriétaires, des représentants ou des employés d'une maison de commerce. Ils vont visiter les magasins de détail ou les artisans afin d'obtenir des commandes importantes de marchandises, destinées à être revendues ou employées par l'artisan. Les voyageurs au détail, eux, vont prendre des commandes chez les particuliers.

La situation des voyageurs au détail travaillant pour leur propre compte, ou de ceux travaillant pour une tierce personne, diffère totalement. Les voyageurs travaillant pour leur propre compte sont: ou bien des propriétaires de magasins qui essaient d'augmenter par ce moyen le chiffre de leurs affaires, afin de pouvoir lutter contre la concurrence, ou bien des artisans ayant leur propre atelier avec ou sans magasin, ou bien encore des personnes n'ayant ni magasin ni atelier, mais achetant de la marchandise et la revendant ensuite exclusivement par le voyage au détail.

Nous ne nous occuperons pas ici de la situation de cette branche des voyageurs de commerce au détail. La nouvelle loi prévoyant que la carte de légitimation pour voyageurs de commerce au détail ne sera délivrée qu'à des maisons inscrites au registre du commerce, a fait diminuer, dans une certaine mesure, le nombre des voyageurs travaillant à leur propre compte. De cette façon auront pris fin un grand nombre d'abus; il ne sera plus possible, comme ce fut souvent le cas ces dernières années, d'engager des femmes inexpérimentées à voyager pour

leur propre compte et de les amener de cette façon à acheter, soi-disant au prix de fabrique, d'importantes quantités de marchandise de mauvaise qualité et à des prix beaucoup trop élevés.

Les voyageurs au détail dont nous nous sommes tout spécialement occupé dans cette enquête — et que nous désignerons par la suite simplement par le mot «voyageur» — sont des représentants de maisons de commerce. Ils travaillent généralement à la commission et n'ont que rarement — dans tous les cas les femmes — un traitement fixe.

## 2° Origine et formation

C'est l'industrialisation qui a amené le commerce à employer le voyageur au détail. Nous ne pouvons guère donner ici une image de l'enchaînement compliqué des causes qui l'y contraignirent. L'industrie textile, qui a été une des premières à employer ce moyen, nous fournira cependant quelques exemples significatifs.

Par l'emploi des métiers mécaniques, la production des étoffes augmenta très rapidement. L'écoulement en devint difficile, la production et la consommation ayant jusqu'alors toujours été à peu près égales. Afin d'éveiller le désir d'achat chez la clientèle, on fabriqua sans cesse de nouvelles étoffes et de nouveaux dessins. Le petit commerçant, s'il voulait pouvoir soutenir la concurrence, était obligé de s'approvisionner toujours des articles les plus nouveaux et les plus modernes. Il ne pouvait le faire qu'en renouvelant son stock de marchandise rapidement, plus rapidement que jusqu'alors. Pour arriver à ce but, il alla trouver sa clientèle à domicile, lui présenta ses nouveaux échantillons, et s'efforça de l'entraîner à lui passer des commandes. En outre, il fit de son mieux pour se créer aussi de nouveaux clients, ceci afin d'augmenter son chiffre d'affaires.

Un autre exemple qui nous touche de plus près :

On inventa l'aspirateur à poussière. Pour être lucrative, la fabrication de ce nouvel appareil devait pouvoir se faire en séries. Mais pour lancer cet article la réclame habituelle était insuffisante. Il s'agissait, en effet, de faire comprendre aux ménagères tous les avantages du nouvel appareil afin de la pousser à l'achat. C'est pourquoi des voyageurs allèrent faire des démonstrations dans les maisons. Maintenant, que l'aspirateur à poussière est pourtant bien connu, la vente s'en fait encore le plus souvent par un voyageur.

Il est difficile de déclarer si la vente par le voyageur au détail, dans la mesure où elle est pratiquée actuellement, est nécessaire à notre économie nationale. Il est certain que pour les acheteurs, elle n'est pas toujours avantageuse. Elle est dans tous les cas responsable, pour une bonne part, de ce qu'une partie de notre population dépasse ses besoins et vit sur une base qui n'est plus en rapport avec ses revenus.

Le postulat Ming, à la suite duquel, en 1920, on décida l'étude d'une nouvelle loi sur les voyageurs de commerce, dit entre autres : «Le Conseil fédéral est invité à examiner... si le fait de faire prendre des commandes par un voyageur chez les particuliers... spécialement chez les paysans, n'entraîne pas à des conséquences sociales économiques et morales préjudiciables...» Aujourd'hui, après 12 ans,

on peut se demander ce qui présente le plus grand danger, du voyage au détail ou de certaine propagande tendant à éveiller l'envie d'achat.

Il faut considérer, en effet, que la vente par le voyageur au détail est actuellement, pour une grande partie des transactions tout au moins, non plus un moyen de pousser la vente, mais bien un moyen de réapprovisionner la clientèle. C'est surtout le cas pour les contrées éloignées des centres commerciaux où les voyageurs de certaines maisons visitent régulièrement la clientèle et la servent souvent d'une façon mieux appropriée à ses besoins que ne le feraient peut-être les clients qui iraient faire eux-mêmes leurs achats dans les grands magasins de la ville.

#### Bases légales

En Suisse, bien que la Constitution fédérale prévoie la liberté du commerce, le voyageur de commerce fut longtemps gêné par les dispositions cantonales. Pour obtenir l'autorisation d'exercer la profession de voyageur de commerce, il fallait payer dans chaque canton une taxe spéciale, alors que les voyageurs de maisons étrangères étaient libérés de toute taxe, grâce aux traités de commerce.

En 1892, une loi fédérale sur les patentes pour les voyageurs de commerce fixa que les cartes de légitimation autorisant le voyage au détail étaient valables dans toute la Suisse et qu'il ne pouvait plus être prélevé de taxes cantonales. Ceci fut un avantage certain pour le voyageur. Le développement du commerce et de l'industrie et la concurrence de plus en plus forte qui en découla, fit que le nombre des voyageurs de commerce augmenta d'année en année. Ce nombre diminua un peu pendant les années de guerre 1914—1918, mais augmenta ensuite de nouveau rapidement. Des inconvénients ne tardèrent pas à se faire sentir et cela surtout lorsque des éléments peu désirables se furent encore introduits dans la profession, au grand détriment du public.

Ceci conduisit à l'étude d'une nouvelle loi, laquelle entra en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 1931, sous le nom de «Loi fédérale sur les voyageurs de commerce».

S'appuyant sur le postulat Ming déjà cité, qui servit de base à cette nouvelle loi, celle-ci tend en premier lieu à la protection du public.

C'est ainsi que la carte de légitimation, qui auparavant était remise sans autre à chacun, n'est délivrée actuellement qu'à certaines conditions, ce qui doit avoir pour résultat d'éliminer les éléments indésirables de la profession de voyageur au détail. Les cartes de légitimation ne sont remises qu'à des maisons inscrites au registre du commerce. Ces cartes sont refusées aux maisons ayant été convaincues d'avoir porté préjudice à leur clientèle par des procédés commerciaux déloyaux. (Art. 4.)

Le voyageur de commerce doit présenter un permis d'établissement ou de séjour et justifier d'une bonne réputation. La carte de légitimation lui est refusée si, pendant les trois dernières années, il a été condamné à une peine infamante, privative de liberté. (Art. 4.)

Pour faciliter le contrôle, la carte de légitimation doit être munie d'une photographie. (Règl. exéc., art. 2.) Les maisons de commerce étrangères paieront pour leurs voyageurs les mêmes taxes que les maisons suisses et ne recevront

la carte qu'en vertu d'un engagement international et sur présentation d'un certificat de légitimation industrielle.

Les voyageurs de commerce ne sont pas autorisés à rechercher des commandes de marchandises dont l'offre et la livraison peuvent très facilement donner lieu à des abus. (Art. 9.) Cette restriction s'applique aux montres, articles en métaux précieux, pierres précieuses, perles véritables ou fausses, papiers-valeur, lunettes et autres articles d'optique, appareils médicaux.

Ces prescriptions représentent certainement une protection efficace du public et offrent en même temps une garantie aux voyageurs honnêtes, par le fait qu'elles éliminent de la profession tous les indésirables.

Différentes organisations intéressées auraient voulu voir figurer dans la loi un article protégeant spécialement le voyageur de commerce. L'article désiré était le suivant : Art. 4<sup>bis</sup> : « Les voyageurs à la commission, ne voyageant que pour une seule maison, peuvent exiger de celle-ci un dédommagement pour les frais de voyage, de nourriture et de logement, pour autant que la commission ne suffirait pas à couvrir ces frais. » Nous reviendrons sur cette question d'indemnité dans le paragraphe traitant des conditions d'engagement des voyageuses de commerce. — Le Conseil fédéral repoussa cet article 4<sup>bis</sup> en remarquant que « une disposition à tendance sociale ne saurait figurer dans une loi dont le but est spécialement de protéger les acheteurs ».

Cependant, comme le besoin se faisait sentir d'une base fixe pour les contrats d'engagement, le Conseil fédéral promulga un arrêté établissant un contrat-type de travail pour les voyageurs de commerce, arrêté qui entra en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 1931.

Ce contrat-type contient des prescriptions sur les conditions générales d'engagement ainsi que sur la question du salaire et du remboursement des frais. Art. 4 : « Le voyageur reçoit pour ses services un traitement fixe, avec ou sans commission de vente. Il a droit en outre au remboursement de ses frais de voyage. » Art. 10 : « Le voyageur a droit au remboursement de tous les frais qui, d'après ses décomptes périodiques, lui sont occasionnés par son activité. »

Cependant, d'après le code des obligations, un contrat-type n'est valable que si les parties n'ont pas fait, par écrit, une convention différente. Il est donc clair, que les maisons qui ne veulent pas admettre ce contrat-type n'ont qu'à établir un contrat spécial. Le cas se présente très souvent, surtout dans les maisons employant des femmes, ainsi que nous le montrerons encore plus tard. Il y a cependant un avantage dans le fait que les maisons de commerce sont actuellement obligées de faire des contrats écrits et précis avec leurs voyageurs, car autrefois les engagements étaient souvent si peu clairs qu'ils entraînaient à des discussions et à des récriminations finissant souvent devant les tribunaux de prud'hommes.

Pour que le contrat-type de travail devienne par la suite le contrat habituel, il faudra arriver à placer la profession de voyageur de commerce — spécialement celle de voyageur au détail — sur un niveau plus élevé que le niveau moyen actuel.

Les prescriptions de la nouvelle loi sur les voyageurs de commerce y contribueront certainement, car elles sont favorables aux voyageurs sérieux. Mais cela dépendra surtout des efforts que feront dans ce but les voyageurs de commerce eux-mêmes ainsi que leurs organisations.

### III. La femme dans la profession de voyageuse de commerce

#### 1<sup>o</sup> Débuts et développement

Il y a une cinquantaine d'années, quelques femmes voyageaient déjà pour des maisons de commerce, spécialement dans l'industrie textile, mais c'étaient en général les épouses des commerçants eux-mêmes. Les unes remplaçaient leurs maris que la maladie retenait à la maison où ils pouvaient s'occuper cependant du magasin, travail moins fatigant que le voyage; les autres, après la mort de leur mari, allaient visiter la clientèle, afin de pouvoir continuer à entretenir la famille. Ce sont des causes de ce genre qui, au début, ont poussé la femme vers la profession de voyageuse de commerce. En effet, elle ne considérait généralement pas le voyage comme une vocation, mais l'entreprenait uniquement pour conserver le commerce paternel à ses enfants.

Il y a environ une trentaine d'années que l'on vit les premières femmes voyageant comme employées d'une maison de commerce. Longtemps leur nombre resta fort restreint. En 1913 encore il n'y avait relativement que peu de femmes voyageuses de commerce. La statistique fédérale des voyageurs de commerce manquant pour les années 1914—1919, il n'est pas possible de poursuivre le développement de cette profession pendant ces 6 ans. En 1920, les femmes (414) représentent déjà le 11 % des voyageurs de commerce. Depuis lors, leur nombre est en augmentation continue. En 1931, 1727 femmes voyagent, soit le 19,36 % des voyageurs (voir la table). Cette augmentation est très différente suivant les industries; elle est naturellement en rapport avec le développement de celles-ci. Les conditions diffèrent aussi sensiblement d'un canton à l'autre.

Voici par exemple pour ce qui concerne les villes de Genève, Berne et Zurich:

A Genève, le développement depuis 1921 est assez régulier; le nombre des voyageuses de commerce n'augmente que lentement. A Berne, l'augmentation est également assez régulière jusqu'en 1919; à partir de ce moment elle fait des bonds sensibles. A Zurich, le nombre des voyageuses de commerce est déjà élevé en 1921, mais augmente encore rapidement d'année en année (voir table).

Les raisons qui poussent les maisons de commerce à engager toujours plus de voyageuses sont très diverses. L'une des causes principales est sans doute que le travail féminin est meilleur marché. Un homme exige un salaire lui permettant de vivre lui et sa famille. D'une voyageuse de commerce on ne suppose pas en général qu'elle ait encore une famille à entretenir, bien que ce soit fort souvent le cas. — Pour un voyageur on compte généralement un salaire minimum de fr. 400 par mois. Il n'y a que fort peu de voyageurs qui n'atteignent pas ce chiffre. (7,65 % d'après une enquête faite par l'association des voyageurs de commerce.) Les voyageuses, par contre, obtiennent en moyenne un salaire de fr. 320 par mois

(enquête de la L. S. A., renseignements fournis par des voyageuses et des maisons de commerce, voir table), ce qui est dû à des conditions de travail moins favorables.

Une autre cause, c'est que les femmes conviennent mieux à la vente de certains articles (corsets, lingerie et autres articles pour dames).

En outre, quelques maîtresses de maison, rendues méfiantes par les agissements de certains voyageurs, reçoivent plus volontiers une voyageuse.

Pendant le nombre des voyageuses de commerce n'aurait certainement pas augmenté dans de pareilles proportions si leur travail ne donnait pas satisfaction. — Presque tous les patrons auxquels nous nous sommes adressés pour notre enquête sont d'accord pour reconnaître que s'il y a moins de femmes que d'hommes ayant les capacités nécessaires pour la profession de voyageur de commerce, les femmes travaillent généralement d'une façon plus exacte et plus loyale que les hommes. Ceci doit être relevé spécialement, la nouvelle loi sur les voyageurs de commerce tendant surtout à protéger le public contre le manque de loyauté des voyageurs (on entend ici des voyageurs au détail).

On emploie presque uniquement des femmes dans le travail de propagande et d'introduction, car seules elles ont la patience et la persévérance nécessaires pour cela.

L'augmentation du nombre des voyageuses de commerce n'est donc pas uniquement dû à la crise, comme on le croit souvent, mais aussi aux aptitudes que montre la femme pour cette profession.

## 2<sup>o</sup> La profession

a) *Activité.* Il existe diverses catégories de voyageuses de commerce qui diffèrent entre elles par leur activité et leurs conditions d'engagement.

La plus grande partie des voyageuses sont des vendeuses qui vont visiter la clientèle privée avec des échantillons et prennent des commandes. Elles trouvent des emplois dans diverses branches: Industrie textile (lingerie pour dames, confections, corsets, plus rarement étoffes, pour lesquelles on engage plutôt des hommes, bonneterie, mercerie); littérature (livres généralement instructifs, périodiques, la plupart avec assurance); articles de ménage (diverses machines et ustensiles de cuisine); produits chimiques (articles pour nettoyage et cosmétiques); denrées alimentaires (drogues, spécialités de toutes sortes, rarement épicerie, pour laquelle ce sont plutôt des hommes qui travaillent). Plusieurs voyagent aussi avec des tableaux, des encadrements, des photographies, des meubles.

La deuxième catégorie de voyageuses sont les propagandistes et les introductrices de produits nouveaux. Elles visitent aussi la clientèle privée, mais généralement ne font que de distribuer des prospectus, tâchent d'intéresser les gens, et la maison envoie ensuite un homme qui fait la démonstration de l'article et prend la commande. D'autres donnent des explications sur des articles qui ne se vendent que dans des magasins de détail. Ces introductrices trouvent généralement des emplois pour les articles de ménage (aspirateurs et appareils semblables, produits divers pour la lessive, etc.). Parfois ces voyageuses font des démonstrations publiques avec conférences.

D'après la loi, les femmes faisant régulièrement des expositions pour des maisons de confections entrent aussi dans la catégorie des voyageurs de commerce. Mais leur activité et leurs conditions d'engagement n'ont que fort peu d'analogie avec celles des voyageuses, et elles se considèrent elles-mêmes plutôt comme des employées de commerce, c'est-à-dire comme des vendeuses; c'est pourquoi dans notre enquête nous ne tenons pas compte de cette catégorie.

Un autre groupe de voyageuses sont celles qui ne travaillent que dans la ville même où se trouve la maison de commerce qu'elles représentent. D'après la loi, elles n'ont pas besoin de carte de légitimation et ne sont de ce fait inscrites nulle part. C'est pourquoi, bien qu'appartenant aux voyageuses de commerce, elles n'ont pu être atteintes qu'en très petit nombre par notre enquête.

L'activité d'une voyageuse de commerce peut être très différente suivant la branche, la maison représentée et surtout suivant la personnalité de la voyageuse elle-même.

Si la voyageuse a des articles pour lesquels on ne peut obtenir qu'une seule commande, comme des aspirateurs, des livres, des périodiques, des trousseaux, etc., elle doit continuellement chercher une nouvelle clientèle. Son travail ne peut être facilité à la longue que par la recommandation des clients. Les voyageuses qui ont des articles d'usage courant, pour lesquels on peut toujours obtenir de nouvelles commandes, ont une situation plus facile. Elles peuvent visiter à nouveau les mêmes clients et reçoivent également leur commission sur les commandes supplémentaires faites directement — tout au moins dans les maisons sérieuses. De la qualité de la marchandise et de la capacité de la voyageuse dépend dans ce cas l'importance du cercle de clients attirés.

Les maisons importantes organisent généralement leur vente de façon à ce que chaque voyageuse ait son rayon bien défini, qu'elle doit visiter systématiquement. Ces voyageuses ont alors à donner un compte rendu exact de leur travail. D'autres maisons laissent à leurs voyageuses le libre choix de leur route et n'exercent non plus aucun contrôle sur leur travail.

L'activité d'une voyageuse paraît être bien simple. Mais en réalité elle exige des capacités et des qualités spéciales et offre un grand nombre de difficultés, dont un observateur superficiel ne se doute nullement. — Se rend-on compte de ce que signifient ces mots que l'on peut lire dans de très nombreux journaux: «On cherche dames — de bonne apparence et s'exprimant facilement, travail agréable, pas de colportage, indépendante, possibilité de gains importants — pour prendre, au moyen d'échantillons, des commandes chez les particuliers.»?

Cela signifie qu'il faudra chaque jour partir par le premier train pour se rendre à destination, que là il faudra aller de maison en maison, sans se soucier du mauvais temps, de la fatigue, du découragement, des refroidissements...

Cela signifie qu'il faudra être toujours aimable, poser à chaque porte la même question, expliquer sans cesse les avantages de l'article offert afin d'éveiller l'intérêt et finalement se laisser éconduire sans s'émouvoir, même si l'on est impoli ou grossier à votre égard.

Cela signifie ne jamais se laisser abattre, car le chiffre d'affaires diminue à mesure que diminue le courage.

Cela signifie être indépendant dans le travail, mais dépendant de toutes sortes de petits hasards. Qu'une ménagère ait eu des ennuis avec ses enfants ou ses voisins, qu'elle se soit querellée avec son mari, qu'elle doive économiser pour compenser une grosse dépense faite dernièrement, qu'un enfant soit malade, qu'elle ait plus de travail que de coutume, que la concurrence vienne justement de visiter la contrée, que les agissements de voyageurs peu scrupuleux aient rendu les gens méfiants... voilà tout autant de raisons que la voyageuse ne peut prévoir, mais dont elle dépend largement!

Même sans tenir compte de toutes ces causes spéciales, la possibilité d'obtenir des commandes est très variable. Il arrive fréquemment qu'une voyageuse ne puisse rien vendre plusieurs jours consécutifs. Après Noël la vente est presque nulle; il en est de même à la campagne pendant les moissons et en ville pendant les vacances. Pas ou presque pas de commandes le lundi, les ménagères ayant beaucoup à faire; pas de travail possible le samedi!

Les voyageuses de commerce vivent dans une incertitude continuelle sans savoir jamais ce que leur apportera le lendemain. Cela a d'autant plus d'importance que la plupart n'ont qu'une commission sur la vente, ainsi que nous l'expliquerons encore.

D'un autre côté le travail à la commission offre à une voyageuse capable des possibilités de gain avantageuses. En outre, malgré de grandes difficultés, cette activité a aussi des avantages certains que les voyageuses savent apprécier. Par exemple la liberté, l'indépendance dans le travail, la possibilité de voir sans cesse de nouvelles contrées, de nouvelles personnes; pour les femmes que cela intéresse, la possibilité également de connaître toutes sortes de situations, d'en tirer un enseignement et à l'occasion de pouvoir aider une cliente à sortir de peine. Les femmes qui apprécient aussi ce côté là de leur profession sont, il est vrai, peu nombreuses, mais ce sont justement celles qui trouvent le plus de satisfaction dans leur travail.

b) Capacités. La profession de voyageuse de commerce exige avant tout de la persévérance. Les femmes à l'esprit changeant, celles qui travaillent sans plan, qui se laissent décourager par les échecs, ne seront jamais de bonnes voyageuses de commerce. La perspicacité est nécessaire; une certaine adresse dans les relations avec la clientèle et la facilité d'adaptation rendent le travail plus aisé. La voyageuse de commerce doit être aimable et pourtant savoir exactement ce qu'elle veut. Plus elle sera intelligente, plus elle fera d'affaires. Plus elle aura de culture générale, plus elle sera observatrice et plus son travail sera intéressant.

Il n'est pas absolument indispensable d'avoir des connaissances spéciales. Cependant une femme ayant déjà travaillé dans le commerce ou exercé une activité professionnelle quelconque s'habitue plus rapidement qu'une femme n'ayant travaillé que dans un ménage.

Il est rare que l'on exige des connaissances de la branche; cependant, pour quelques articles, cela a une certaine importance et il serait à souhaiter que les patrons en tiennent un peu plus compte (spécialement pour les corsets, les drogues et les médicaments).

Il n'existe jusqu'à maintenant pas de possibilité de préparation professionnelle. En général, les voyageuses reçoivent, dans le commerce qui les engage, quelques

heures d'instruction sur leur activité et quelques renseignements sur l'article qu'on leur confie; parfois, au début, elles accompagnent pendant quelques jours une voyageuse expérimentée qui leur donne les instructions nécessaires. Les maisons de commerce importantes réunissent régulièrement leurs voyageuses, les tiennent au courant, éperonnent leur zèle en récompensant une activité fructueuse par des primes spéciales. D'autres maisons, au contraire, remettent à leurs voyageuses la collection d'échantillons accompagnée de quelques bons conseils, puis ne s'en occupent plus.

La profession de voyageuse exige une grande résistance corporelle et une bonne santé. Il faut spécialement supporter facilement la marche.

Les réponses des patrons à la question de savoir quelle profession ont généralement exercé précédemment les voyageuses de commerce divergent beaucoup. Elles dépendent en partie du travail exigé et de la clientèle à visiter. Les uns préfèrent les sommelières, celles-ci ayant une grande assurance et un certain chic. D'autres aiment mieux des ménagères qui savent comment convaincre les clientes. D'autres engagent plus volontiers des vendeuses ayant déjà l'habitude du commerce; d'autres au contraire préfèrent des femmes n'ayant encore aucune connaissance commerciale, car elles sont plus faciles à former, au gré du patron. Les uns exigent une bonne culture générale, d'autres n'y attachent aucune importance. L'un n'engage pas de femmes fortes parce qu'elles ne sont pas assez ingambes; un autre, pas de femmes ayant des petits enfants, leurs pensées n'étant de ce fait jamais entièrement à leurs affaires.

En général, on ne tient nul compte de deux points pourtant fort importants, presque essentiels:

Premièrement l'honnêteté. Les personnes qui connaissent la profession de voyageur de commerce trouveront peut-être étrange et même paradoxal de considérer l'honnêteté comme une condition essentielle pour la voyageuse. Cette dernière a justement besoin d'une certaine routine et d'un peu de ruse si elle veut réussir et obtenir des commandes. Elle doit tirer parti de tout, doit parfois donner des indications qui frisent le mensonge, seulement pour pouvoir pénétrer dans les maisons. C'est justement là qu'est le danger; la limite de la loyauté est vite dépassée, et l'on est si rapidement trop rusé... Et puis, quand on s'est laissé entraîner une fois, on s'habitue malheureusement à récidiver et l'on arrive ainsi à employer une méthode de travail qui n'est plus tout à fait inattaquable. Les voyageuses expérimentées savent fort bien qu'à la longue de tels procédés sont nuisibles, que l'on ne peut plus retourner chez une cliente que l'on a une fois entraînée dans un achat inconsidéré et qu'il ne faut pas compter sur sa recommandation. Il y a cependant beaucoup de voyageuses qui ne tiennent aucun compte de cela. Elles ne pensent pas si loin, n'ont peut-être pas l'intention de voyager longtemps ou de visiter à nouveau d'anciens clients. La Suisse est assez vaste pour pouvoir, pendant un certain temps, se créer sans cesse une autre clientèle. Ce danger est encore plus grand lorsqu'il s'agit d'articles que l'on ne commande qu'une fois, les voyageuses sachant d'avance qu'elles ne reviendront jamais chez la même personne. Mais, même pour d'autres articles, on n'emploie que trop souvent des procédés déloyaux. Les maisons de commerce portent aussi leur

part de responsabilité, car elles sont forcément mises au courant des méthodes peu honnêtes employées par leurs voyageuses. Mais il y a malheureusement beaucoup de maisons qui ne s'occupent pas de cela ou qui le favorisent; il en existe même qui recommandent ce genre de procédés à leurs voyageuses en leur donnant les premières instructions. De telles maisons et leurs voyageuses ne portent pas seulement préjudice aux acheteurs — qui, par suite d'achats inconsidérés, sont pendant des mois dans la gêne et souvent même mis en poursuites — mais encore aux voyageuses sérieuses, dont le travail est rendu plus difficile par suite de la méfiance du public. C'est pourquoi il est dans l'intérêt de chacun que l'on attache plus d'importance à la loyauté de la voyageuse de commerce.

La fermeté de caractère en ce qui concerne la morale est aussi importante que la loyauté. Le travail libre et sans contrôle de la voyageuse offre de grands dangers dans ce domaine. Maintes voyageuses ont raconté combien il est tentant, lorsque les affaires marchent mal, de se laisser inviter par un collègue. L'une d'elle déclare même ouvertement : « Impossible de voyager si l'on n'a pas un ami. » — Une autre répète les paroles d'une collègue : « Je ne suis pas si bête que de payer moi-même mes frais. Je lie connaissance déjà le matin dans le train afin d'avoir quelqu'un qui me paie le souper et la chambre. »

Il est difficile de savoir dans quelle proportion c'est la profession qui est responsable d'une telle mentalité et dans quelle proportion il s'agit de personnes sans moralité, qui ont justement choisi cette profession à cause de la grande liberté et des occasions nombreuses qu'elle présente de faire des connaissances. Il est aussi fort difficile de savoir jusqu'à quel point une telle mentalité est répandue parmi les voyageuses de commerce. (Lors des nombreuses visites faites à des voyageuses et des renseignements pris auprès de leurs logeuses, dans 6 cas il s'agissait véritablement de femmes de mœurs légères.) Dans tous les cas, cette profession offre, plus que toute autre, l'occasion de mener une vie déréglée. Il est aussi certain que les voyageuses sérieuses sont péniblement impressionnées par la conduite de quelques-unes de leurs collègues. Le danger ne doit pas être méconnu, pas plus pour la voyageuse prise individuellement, que pour la réputation de la profession qui, par les agissements d'un petit nombre, peut tomber en discrédit. — Là aussi, les employeurs portent leur part de responsabilité, car ils ne font rien pour éviter cet état de choses ou parfois même ils le favorisent, sans songer qu'en fin de compte cela leur porte aussi préjudice.

D'une façon générale, il faut déconseiller à des jeunes femmes ou à des jeunes filles d'entreprendre ce métier; leur expérience de la vie est insuffisante encore pour leur permettre de résister aux tentations.

Il est probable que si les employeurs n'attachent que peu d'importance au manque de loyauté et de moralité de leurs voyageuses, c'est parce que ces défauts n'ont généralement aucune influence sur le chiffre d'affaires. Il faut reconnaître aussi qu'il est difficile de choisir d'après les capacités, les offres provenant de personnes sérieuses et capables étant peu nombreuses, tandis que la demande est si grande que toutes les femmes qui s'annoncent trouvent des places, même si — comme c'est fort souvent le cas — elles n'ont l'intention de voyager que pendant peu de temps.

c) Conditions d'engagement et possibilités de gain. Nous tenons à répéter ici qu'il nous a été fort difficile de nous procurer des renseignements sur les conditions d'engagement et les possibilités de gain. Sur ces dernières, surtout, nous n'avons que des données incertaines. Du reste les renseignements fournis par les maisons de commerce ne concordent pas avec ceux fournis par les voyageuses. Ceci provient sans doute de ce que l'importance du gain dépend des capacités de la voyageuse. Or, parmi celles qui ont répondu, il y en a plusieurs qui ne sont pas satisfaites de leur emploi et sont donc probablement peu capables. Les maisons, elles, indiquent le revenu mensuel moyen de toutes leurs voyageuses, mais ne tiennent pas compte de toutes les incapables qui ne restent que peu de temps à leur service. En outre, dans la plupart des cas, les voyageuses indiquent leur revenu mensuel après déduction de leurs frais. Ces frais sont très difficiles à calculer, car ils diffèrent beaucoup si la voyageuse travaille en ville ou à la campagne, si sa clientèle est composée de restaurateurs, si (lorsque les frais de voyage ne lui sont pas remboursés) elle a de longs ou de courts trajets à faire ou si elle ne travaille que dans l'endroit qu'elle habite. C'est pourquoi nous n'avons pas tenu compte ici de la question des frais et donnons les indications concernant le gain telles qu'elles nous ont été fournies.

Nous connaissons les conditions d'engagement de 82 maisons. 63 d'entre elles (76,8 %) prennent des voyageuses à la commission; cette dernière est en moyenne de 30 %. 14 maisons donnent à leurs voyageuses un traitement fixe (fr. 170—600 ou fr. 3 à fr. 15 par jour), 5 maisons font dépendre leurs conditions d'engagement des capacités de la voyageuse. 73 maisons (89 %) fournissent la carte de légitimation. (Les 9 autres ne paient pas la carte et ne donnent aucun dédommagement pour les frais.) 37 maisons (45,1 %) prennent à leur charge les frais de voyage, c'est-à-dire qu'elles fournissent à leurs voyageuses un abonnement général ou régional. 15 maisons (18,2 %) paient la moitié de l'abonnement ou dédommagent d'une partie des frais de voyage. 4 maisons seulement (4,94 %) accordent encore d'autres dédommagements. (L'indemnité journalière n'est jamais considérée comme dédommagement, mais bien comme salaire.)

Le revenu mensuel moyen d'une voyageuse comporte d'après les données des voyageuses fr. 300, d'après celles des employeurs fr. 500. La moyenne de tous les renseignements obtenus est de fr. 320. Les conditions étant très différentes selon la branche, nous donnons ci-dessous un tableau détaillé:

Industrie textile: Renseignements obtenus de 23 voyageuses et de 4 maisons. Conditions d'engagement de 20 maisons comprenant ensemble 60 voyageuses (1931).

Rarement un traitement fixe avec indemnité de voyage, de frais divers et petite commission.

La commission habituelle est de 20 à 25 %; dans quelques cas, surtout pour des articles spéciaux, elle est un peu supérieure. Une commission inférieure à 20 % doit être considérée comme insuffisante. La maison paie généralement la carte de légitimation. La moitié des maisons paient les frais de voyage. Le gain moyen comporte au dire des voyageuses fr. 270, au dire des maisons fr. 390.

Corsets et articles pour dames. Renseignements obtenus de 52 voyageuses et de 10 maisons. Conditions d'engagement de 24 maisons comprenant 199 voyageuses (1931). Un traitement fixe est rare. Pour les exceptions, voir plus loin sous «Possibilités d'avancement».

La moyenne pour la commission est de 30 %; quelques maisons accordent davantage; seules les maisons ayant déjà une clientèle importante peuvent donner 25 %. La carte de légitimation est généralement fournie par la maison. Le  $\frac{3}{4}$  des maisons paient tout ou partie des frais de chemin de fer. Les autres frais sont à la charge de la voyageuse. Le gain moyen correspond, au dire des voyageuses à fr. 360 par mois, au dire des maisons à fr. 590.

Articles de ménage (parfois aussi cosmétiques). Renseignements obtenus de 50 voyageuses et de 4 maisons.

Conditions d'engagement de 25 maisons comprenant 162 voyageuses (1931). Rarement un traitement fixe. Quelques femmes qui voyagent pour des articles dont s'occupent généralement des hommes, reçoivent un traitement fixe, une commission jusqu'à 15 % et le remboursement des frais. La commission varie entre 15 et 40 %, dans la plupart des cas elle est de 25—30 %. La carte de légitimation est presque toujours payée par l'employeur; la moitié des maisons seulement remboursent tout ou partie des frais de chemin de fer.

Le gain mensuel atteint en moyenne, au dire des voyageuses, fr. 320.

Les propagandistes reçoivent un salaire journalier de fr. 3 à fr. 5, plus 3—5 % de commission, la carte de légitimation et les frais de voyage si c'est nécessaire. (La plupart travaillent seulement dans la localité qu'elles habitent.) Gain mensuel moyen au dire des voyageuses: fr. 235.

Les confrencières (qui ne sont pas vraiment des voyageuses, mais travaillent à des conditions semblables) reçoivent un traitement fixe et le remboursement de tous leurs frais.

Dentrées coloniales, drogues (parfois cosmétiques). Renseignements obtenus de 8 voyageuses.

Conditions d'engagement de 6 maisons comprenant 27 voyageuses (1931).

Pas de traitement fixe. La commission varie entre 25 et 50 %. Les frais de chemin de fer sont remboursés lorsque la commission est peu importante. La carte de légitimation n'est pas toujours fournie. Revenu mensuel moyen, au dire des voyageuses, fr. 335.

Livres, périodiques. Renseignements obtenus de 16 voyageuses et de 4 maisons.

Conditions d'engagement de 7 maisons comprenant 77 voyageuses (1931).

Pour les livres, il est accordé une commission de 30 à 40 %. Nous n'avons pas de renseignements précis en ce qui concerne les frais de voyage et la carte de légitimation.

Pour les périodiques, les conditions dépendent dans une large mesure des capacités de la voyageuse, car là il ne s'agit pas d'une vente unique, mais bien de l'acquisition d'abonnements, pour laquelle la loyauté et la façon de travailler de la voyageuse jouent un grand rôle. C'est ainsi que la commission varie de 16 à 40 % de l'abonnement annuel. L'employeur fournit la carte de légitimation et

rembourse les frais de chemin de fer. Quelques maisons accordent un traitement fixe (fr. 150 à 250) pour l'acquisition minimum de 40, 50 et 60 abonnements par mois.

Le revenu mensuel moyen est au dire des voyageuses de fr. 250, au dire des maisons fr. 500.

On croit souvent que les conditions d'engagement sont une des causes essentielles des inconvénients que présente la profession de voyageuse de commerce. Ceci n'est cependant pas toujours le cas. Le système de la commission est souvent considéré comme une injustice. En principe, il est exact qu'une voyageuse devrait avoir droit, comme toute autre employée, à la rétribution du travail effectif et non pas seulement du travail suivi de réussite. Il semble donc que l'exigence du traitement fixe se justifie. Pratiquement cependant, ce dernier système présente de grandes difficultés : Beaucoup de femmes ne voyagent que très irrégulièrement ; quelques-unes l'après-midi seulement, d'autres quelques jours par semaine. Pour celles-ci il ne peut être question d'un traitement fixe, car la plupart ne peuvent prendre l'engagement de voyager régulièrement. Mais, même à la voyageuse de profession, il n'est pas toujours possible de payer sans autre un traitement fixe. Plusieurs maisons qui essayèrent de ce système ont fait de fort mauvaises expériences et y ont renoncé. Il n'y a que peu de voyageurs qui soient suffisamment consciencieux pour travailler sans contrôle d'une façon suivie et intensive, lorsqu'un gain minimum leur est assuré. Mais le contrôle des voyageurs entraîne à une organisation et à des frais que la plupart des maisons ne peuvent ou ne veulent pas supporter.

Même s'il était possible d'établir un contrôle exact, il est certain que le chiffre d'affaires de beaucoup de voyageurs — même parmi les plus sérieux — serait inférieur avec le système du traitement fixe qu'avec celui de la commission. Ceci s'explique facilement par des raisons psychologiques. La possibilité d'augmenter son gain par un travail suivi est un bon stimulant. Cette possibilité est toujours plus grande avec le système de la commission qu'avec celui du traitement fixe et d'une petite commission, car l'employeur qui accorde un traitement fixe ne l'accorde jamais très élevé, afin de ne pas risquer d'être en perte si le voyageur ne travaille pas d'une façon satisfaisante. C'est pourquoi la plupart des voyageurs ne désirent nullement le traitement fixe.

On ne saurait non plus critiquer, d'une façon générale, le taux de la commission. Il dépend en partie de la facilité de placement de la marchandise et aussi s'il s'agit d'articles de vente courante (étoffes, confections), d'articles dont l'achat ne se renouvelle que rarement (corsets) ou d'articles à vente unique (abonnements à des périodiques).

Différente est la situation en ce qui concerne le dédommagement des frais. La plupart des engagements laissent encore beaucoup à désirer à ce point de vue. 9 maisons (le 11 % de celles comprises dans notre enquête) n'accordent à leurs voyageuses ni la carte de légitimation, ni le remboursement d'aucuns frais. De ce fait, ces maisons ne courent aucun risque, et leurs voyageuses, avec une commission moyenne de 30 %, doivent vendre déjà pour fr. 670 seulement pour pouvoir couvrir les frais de la carte de légitimation. On peut donc exiger, sans

autres commentaires, que chaque maison paie elle-même tout au moins la carte de légitimation, c'est-à-dire l'autorisation de faire vendre sa marchandise par des voyageuses.

52 maisons (63,3 % des maisons comprises dans notre enquête) paient tout ou partie des frais de chemin de fer de leurs voyageuses. En général elles mettent à la disposition de celles-ci un abonnement général des C. F. F. Comme ces frais sont calculés dans le prix de vente de la marchandise, la voyageuse doit atteindre un certain chiffre d'affaires, lequel doit être, au dire des maisons ayant fourni des renseignements sur ce point, de fr. 1000 à 2000 par mois. Les voyageuses n'atteignant pas ce chiffre d'affaires minimum ne peuvent exiger un abonnement de chemin de fer. D'un autre côté, ces mêmes voyageuses n'arrivent pas à un revenu suffisant (à peine fr. 300 avec une commission de 30 %) si elles doivent encore, outre les frais de nourriture et de vêtements, toujours assez élevés, spécialement pour la chaussure, supporter encore les frais de chemin de fer. Ces derniers frais cependant ne peuvent être évités que si la voyageuse habite une grande ville et a la représentation d'un article qui ne se vend que peu dans les magasins.

C'est pourquoi la demande du remboursement des frais de voyage par la maison est fondée. Les femmes qui ne peuvent pas atteindre un chiffre d'affaires permettant à l'employeur de lui rembourser les frais de transport, devraient renoncer à voyager. Mais c'est justement là que se trouve la grande difficulté. Beaucoup de ces femmes ne voyagent que par nécessité et faute de trouver un emploi approprié. D'autres ne se rendent pas compte qu'elles n'ont pas les capacités requises et attendent sans cesse des jours meilleurs. D'autres encore ne voyagent qu'occasionnellement et non pas d'une façon suivie. Ces dernières évitent facilement les frais de chemin de fer, car elles ne placent généralement leur marchandise que dans l'endroit où elles habitent.

Le remboursement des autres frais ne peut être accordé qu'à des voyageurs de toute confiance. Cette question se rapproche de celle du traitement fixe et ne peut arriver à solution que par un changement dans la mentalité des voyageurs — spécialement des voyageuses.

D'autres questions, telles que le paiement de la commission, l'octroi d'avances, d'assurance, de vacances, ne sont généralement qu'insuffisamment ou même pas du tout réglées.

La création du contrat-type avait pour but de fournir une base pour le règlement de tous ces points. Mais malheureusement ce contrat-type n'est guère applicable pratiquement, du moins en ce qui concerne les voyageuses au détail, les conditions qu'il indique étant trop élevées et ne correspondant pas au niveau moyen des voyageuses. Peut-être pourrait-on être utile aux voyageurs au détail en créant un contrat-type spécial pour eux.

D'une façon générale, les conditions d'engagement des voyageuses sont moins favorables que celles de leurs collègues masculins. Il ne nous a cependant pas été possible d'obtenir des renseignements exacts sur ce sujet. La Société des voyageurs de commerce (Mercure), dans une enquête faite par elle parmi les voyageurs de commerce, n'a pas établi de séparation entre les voyageurs en gros et les voyageurs au détail. Néanmoins, nous avons pu constater que, d'une façon générale, les

maisons engageant des voyageurs des deux sexes ne font aucune différence entre les hommes et les femmes dans leurs conditions d'engagement, à moins qu'il ne s'agisse de propagandistes, lesquelles obtiennent en proportion une commission inférieure à celle accordée aux voyageuses proprement dites. Les conditions d'engagement des maisons qui emploient exclusivement ou presque exclusivement des voyageurs hommes sont meilleures que celles des maisons qui n'occupent que des voyageuses.

Bien que les conditions d'engagement des voyageuses de commerce soient dans la règle suffisantes pour qu'une voyageuse capable puisse obtenir un revenu satisfaisant, elles laissent cependant à désirer sur différents points. C'est le cas en premier lieu, lorsque des maisons (voir plus haut) ne paient ni la carte de légitimation, ni les frais de chemin de fer. Ces maisons là portent un préjudice certain à des femmes inexpérimentées, n'ayant encore jamais voyagé. Le fait est d'autant plus grave qu'il s'agit presque toujours de femmes déjà dans le besoin. Il est vrai que les femmes qui restent longtemps dans des maisons de commerce de ce genre, sans trouver un autre emploi, sont presque toujours peu préparées au métier de voyageuses. En effet la demande est si grande qu'une personne qualifiée finit toujours par trouver un emploi satisfaisant.

Il arrive parfois que des voyageuses, poussées par la misère, emploient des moyens peu honnêtes seulement pour obtenir des commandes ou acceptent l'aide d'un collègue masculin. Dans ce cas, les conditions d'engagement ne sont pas seules fautives, mais bien aussi le peu de capacité de ces femmes pour la profession de voyageuse. Là se montre à nouveau la nécessité d'attirer l'attention des intéressées sur le fait qu'il faut des capacités spéciales si l'on veut réussir dans cette profession. Il est également fort important de découvrir les maisons peu honnêtes afin de mettre les voyageuses en garde contre elles.

Certaines maisons qui, par des articles de journaux, cherchent sans cesse des voyageuses, font aussi un tort considérable à de pauvres femmes inexpérimentées, qui sont pour elles des proies trop faciles. Souvent ces femmes sont invitées à déposer une certaine somme en garantie des échantillons qu'on leur confie (somme généralement supérieure à la valeur réelle des échantillons) ou de s'intéresser financièrement aux affaires. Bien des femmes ont vu ainsi disparaître les petites épargnes si péniblement amassées. On ne saurait assez recommander la prudence à l'égard de telles annonces.

*d) Possibilités d'avancement.* Il n'y en a que peu en ce qui concerne les femmes. Dans les maisons engageant plusieurs voyageuses, des femmes capables peuvent parfois devenir voyageuses-chefs ou organisatrices. Ces femmes sont alors chargées d'introduire les nouvelles voyageuses dans la partie ou servent d'intermédiaires commerciales, par exemple lorsqu'une voyageuse-chef est complètement responsable d'un certain rayon. Ces voyageuses-chefs obtiennent, outre la commission habituelle, un petit pourcentage (env. 3 %) sur le chiffre d'affaires des voyageuses de leur rayon, ou sont engagées à traitement fixe. Très intéressants sont les postes d'inspectrices ou de surveillantes qu'obtiennent quelques voyageuses, par exemple dans les périodiques avec assurance. Mais

pour cela il faut avoir non seulement des connaissances commerciales, mais encore une certaine culture générale.

e) Organisation. Jusqu'à maintenant les voyageuses ne peuvent se rattacher à aucune organisation de voyageurs de commerce. Elles ne sont pas acceptées dans les associations de leurs collègues masculins. Elles peuvent faire partie de l'association suisse des commerçants, mais en profitent rarement, soit parce qu'elles l'ignorent, soit parce que cette association n'a pas de section spéciale qui pourrait prendre en mains la défense des intérêts des voyageuses de commerce.

Les employeurs font généralement partie de la Société suisse des voyageurs de commerce (Mercure) ou de l'association suisse des voyageurs «Hermes».

### 3<sup>o</sup> Importance sociale de la profession

C'est par les personnes qui exercent un métier que l'on reconnaît le mieux l'importance sociale de ce métier.

En examinant quel genre de femmes voyagent, on constate que le 69,5 % sont mariées et que, même parmi les célibataires, il y a très peu de jeunes filles. Le 9,3 % seulement des voyageuses dont on connaît l'âge n'ont pas atteint leur 25<sup>e</sup> année. C'est fort peu pour une profession dans laquelle les femmes ne sont entrées que depuis quelques années. Il en faut conclure que l'emploi de voyageuse est rarement choisi, dès le début, comme une profession, ce qui est fort réjouissant étant donné les nombreux dangers et les grandes difficultés que l'on rencontre dans ce métier. Ceci se confirme encore par les renseignements fournis par 187 voyageuses sur leur activité précédente. Les emplois les plus divers sont représentés: Le 37 % étaient des ménagères (dont le 33,7 % étaient des maîtresses de maison, donc pas des employées). Le 21,9 % étaient dans le commerce, le 8,6 % dans les métiers, le 8 % dans l'hôtellerie, le 8 % dans l'industrie, le 7,5 % dans divers autres emplois; le 9 % seulement des femmes indiquent comme emploi précédent «voyageuse», mais là aussi il ne s'agit que de femmes plus âgées, voyageant depuis de nombreuses années, mais qui précédemment étaient occupées dans leur ménage ou dans le commerce de leur mari. Nous ne connaissons que 3 cas où des jeunes filles sont devenues voyageuses sans avoir précédemment eu un autre emploi. Mais il s'agit de jeunes filles légères, qui n'ont pris le métier de voyageuses que comme prétexte, n'ont en réalité presque pas voyagé et ont vite renoncé à l'emploi.

Les raisons qui poussent les femmes à voyager sont très diverses (108 réponses). La raison principale est une situation économique difficile, le chômage (industrie textile, horlogerie, musique), l'obligation d'aider de vieux parents, la cessation de son propre commerce (faillite); chez les femmes mariées, le long chômage ou la maladie du mari, la mort de ce dernier ou le divorce. Ces raisons sont valables pour le 60,2 % des femmes. Le 6,5 % voyagent pour des raisons de santé (couturières, employées de bureau, ouvrières qui ne pouvaient plus supporter le travail sédentaire, vendeuses que l'obligation de rester sans cesse debout fatiguait trop). Beaucoup de femmes (27,6 %) voyagent parce que la profession leur plaît. Elles apprécient la liberté, le changement et sont attirées par la possi-

bilité de gros gains. Plusieurs d'entre elles deviennent fort capables, d'autres se laissent décourager assez vite, surtout si le gain est variable, ne voyagent plus qu'à contre-cœur et prennent un autre emploi dès que l'occasion s'en présente.

Souvent on prétend que la plupart de ces femmes n'ont pas besoin de ce gain, leur mari travaillant de son côté. Le double salaire existe dans le 26,9 % des cas contenus dans notre enquête. Il faut cependant déduire de ce chiffre les femmes dont le mari est demi-chômeur ou ne peut faire qu'un travail réduit. Le double salaire s'excuse en outre lorsqu'il a pour but de donner une meilleure instruction aux enfants (école de commerce, technicum, instruction dans un asile de sourds-muets), soit le 10,4 %. Il reste donc le 16,5 %, chiffre duquel on pourrait déduire encore les cas où seule l'activité de la mère permet à la famille d'habiter un logement ensoleillé et de jouir d'un jardin, ainsi que ceux de jeunes femmes payant par leur travail leur trousseau acheté à crédit.

Mais on peut opposer à ce 16,5 % de doubles salaires: 40,7 % de femmes seules, 32,4 % devant soutenir de leur gain des membres de leur famille, 10,4 % devant compléter de cette façon le salaire insuffisant du mari. On peut donc certifier que parmi les voyageuses on ne rencontre pas plus souvent que dans d'autres emplois des doubles salaires injustifiés.

Mais pourquoi toutes ces femmes se tournent-elles justement vers la profession de voyageuses? Parmi celles qui travaillaient dans le ménage (33,7 % de maîtresses de maison) la plupart n'avaient appris aucun métier. D'autres avaient perdu l'habileté nécessaire à leur ancienne profession. Il est compréhensible que ces femmes là ne trouvaient que difficilement un emploi à un moment où la main-d'œuvre est surabondante. Par contre on demande encore toujours des voyageuses qualifiées. Cette profession est ouverte à chaque femme; généralement le succès n'est pas dû à la préparation antérieure, mais bien aux qualités personnelles.

Un grand avantage du métier est en outre la liberté qu'il permet dans l'organisation du travail. Une voyageuse peut diviser son temps comme elle veut; elle peut rester chez elle si elle y a un travail spécial ou un enfant malade. Seules les femmes de ménage et les ouvrières à domicile jouissent de cette facilité, et cela partiellement encore.

Mais le plus grand avantage de l'activité de la voyageuse est certainement la possibilité de réaliser un gain intéressant, grâce au système de la commission. Ceci est spécialement important pour des femmes qui doivent suffire à l'entretien de leurs enfants ou de leurs parents. Seule la profession de voyageuse leur permet de le faire sans l'aide de l'assistance publique ou privée. Il ne faut pas sousestimer le travail de ces femmes. Non seulement la voyageuse gagne fort péniblement sa vie, mais elle doit presque toujours s'occuper encore de son ménage, de l'éducation de ses enfants, et beaucoup d'entre elles ont même un sous-locataire. Nous ajouterons que les appartements de presque toutes les voyageuses chez lesquelles les enquêteuses ont été reçues étaient parfaitement en ordre, les enfants très propres et paraissant bien élevés.

La profession de voyageuse de commerce mérite donc une place spéciale parmi les autres professions féminines, au point de vue de sa signification sociale. Grâce à la liberté de travail et aussi à ce qu'aucune préparation préalable n'est nécessaire, cette profession est accessible à toutes les femmes. Par des conditions d'engagement spéciales elle permet non seulement à une personne de vivre, mais souvent de faire vivre toute une famille, et cela même largement, si la femme est très capable dans son métier.

Cette profession représente pour beaucoup de femmes dans la gêne un moyen précieux de se tirer d'affaires toutes seules. C'est ce qui la rend intéressante. Actuellement on proclame de plus en plus le droit à l'assistance. Cela est juste aussi longtemps que l'on n'oublie pas le premier devoir, qui est de se suffire à soi-même tant qu'on le peut. Mais si l'on insiste sur cette obligation qu'à chacun de se suffire, il faut aussi s'efforcer de faire connaître, de soutenir et d'améliorer les moyens qui permettent de le faire.

#### IV. Moyens d'amélioration

Étant donné l'importance sociale certaine de la profession, il faut sans autre repousser l'idée émise par divers côtés et surtout par les voyageurs de commerce, d'exclure les femmes de la profession de voyageur. Au contraire, ce qu'il faut examiner, c'est de quelle façon il serait possible d'améliorer la situation et les conditions d'engagement des voyageuses.

La nouvelle loi sur les voyageurs de commerce a certainement créé une base utile pour l'amélioration de la situation. Mais seuls les abus flagrants peuvent être réprimés par des mesures légales. Cependant, certains petits abus cachés ne sont pas moins dangereux, c'est pourquoi l'amélioration désirée ne peut pas provenir uniquement de la législation.

Il est possible que certains inconvénients actuels soient directement imputables à la crise, qui a fait augmenter trop rapidement le nombre des voyageuses, et qu'à la reprise normale des affaires beaucoup de choses rentrent dans l'ordre. Il est certain qu'une amélioration se produira. Cependant la crise n'est pas la seule cause de l'augmentation des voyageuses, mais bien aussi les capacités réelles qu'a la femme pour cette profession. Ceci, joint aux exigences toujours modérées des femmes, fait supposer que la demande en voyageuses de commerce restera toujours assez importante.

Ainsi que nous l'avons déjà prouvé, c'est rarement la crise qui a poussé les femmes à voyager, mais bien plutôt d'autres causes telles que: le veuvage, le divorce, l'âge entraînant la perte d'un poste (sommelières), l'obligation d'entretenir des membres de la famille et de trouver un gain suffisant, ce qu'aucun autre emploi ne permet, etc., etc. Il faut donc prévoir que l'offre dans cette profession restera aussi assez importante.

Même si le nombre des voyageuses n'augmente plus dans les mêmes proportions qu'en notre temps de crise, il est cependant nécessaire de prendre des mesures d'assainissement de la situation. Actuellement déjà la profession de voyageuse de commerce ne jouit pas d'une bonne réputation, et il est à craindre que cette si-

tuation ne fasse que s'aggraver. C'est fâcheux, car cela empêchera toujours plus les femmes honnêtes et capables d'entrer dans ce métier, et l'importance de celui-ci, comme gagne-pain pour les femmes, perdra de sa valeur.

Comment éviter cela ?

Nous avons déjà indiqué quelques moyens. Mais la tâche est vaste et diverse. Il faut :

- 1° relever le niveau moyen afin d'assainir la profession ;
- 2° améliorer les conditions d'engagement ;
- 3° faire connaître tout ce qui se rapporte à cette profession ;
- 4° travailler en commun à l'assainissement général de toute la situation actuelle (travail en commun avec les institutions et les associations qui existent).

Une amélioration certaine pourrait être atteinte par un choix plus sévère des personnes que l'on engage et par une préparation professionnelle. La sélection se ferait facilement par des bureaux de placement qui prendraient les informations nécessaires. Pour cela il faudrait tenir compte tout autant, si ce n'est plus, de la moralité de la personne que de ses capacités. Les femmes qui n'ont pas le sens commercial n'arrivent pas à gagner suffisamment en voyageant et deviennent facilement la proie des maisons peu honnêtes. Des femmes peu indépendantes, qui n'ont pas la volonté et l'énergie nécessaire pour travailler loyalement, celles qui n'ont pas une moralité à toute épreuve et ne savent de ce fait pas résister aux tentations et aux dangers que présente la profession, nuisent par leur façon de travailler à toute la corporation. Si donc l'on veut élever le niveau de la profession, il faut choisir très soigneusement parmi les postulantes.

Une préparation professionnelle spéciale pourrait aussi y contribuer. Cependant on doit encore examiner si cette préparation professionnelle est possible et de quelle façon il faudrait procéder, étant donné les grandes différences qu'offre le travail, suivant la branche. Mais on pourrait sûrement arriver à donner une préparation fondamentale sur la façon de travailler et sur les exigences du métier. Plus on trouvera de femmes capables (ayant éventuellement reçu une instruction appropriée) plus il sera facile d'améliorer les conditions d'engagement des voyageuses de commerce. Il s'agit ici, en premier lieu, du remboursement de la carte de légitimation et des frais, ainsi que de la question du paiement de la commission, des vacances, etc. En outre les questions d'assurance-accident, maladie, chômage, éventuellement caisse de retraite, intéressent aussi beaucoup les voyageuses.

Il ne faut pas négliger non plus de renseigner largement le public sur cette profession. Ceci doit se faire surtout par la presse. Il faut sans cesse rendre attentif aux exigences du métier afin d'en tenir éloigné les éléments peu capables et d'éveiller dans le public la compréhension nécessaire. Pour cela il faut également faire ressortir l'importance sociale et économique de la profession. Les voyageuses dépendent plus que tout autre groupe de travailleuses de l'opinion publique. Ceci se comprend facilement. Personne, par exemple, ne refusera d'avoir à faire à une vendeuse parce qu'elle a fait une fois une mauvaise expérience. Par contre, il est probable qu'une ménagère qui a été trompée par une voyageuse ne voudra

plus jamais traiter avec l'une d'elles. C'est pourquoi il est aussi important d'attirer l'attention sur certaines choses auxquelles les maîtresses de maison ne prennent pas assez garde et qui les livre à des manœuvres déloyales (agir prudemment lors de la commande, exiger toujours un double du bulletin de commande, si celui-ci doit être signé, le lire d'abord attentivement). Il est aussi important de rappeler sans cesse que, si l'on a été trompé par un voyageur, on a non seulement le droit, mais aussi le devoir de le signaler. Il y aurait lieu d'examiner la possibilité de créer un office auquel le public pourrait adresser ses plaintes et qui les transmettrait à qui de droit. Cet office devrait avant tout être à la disposition des voyageurs et leur donner aide et conseils dans les cas difficiles.

Tout ceci ne peut être fait qu'avec la compréhension et l'aide d'autres organisations de voyageurs et spécialement des employeurs. Il est donc important de s'entendre avec les organisations qui existent pour les voyageurs hommes, étant donné surtout que celles-ci ne se sont pas montrées très favorables aux femmes jusqu'à maintenant.

Mais qui doit entreprendre cette tâche ? Il y a deux possibilités : Création d'une association des voyageuses de commerce ou alors création d'un office spécial qui s'occuperait intensivement de cette question et prendrait toutes les mesures nécessaires. Une association des voyageuses de commerce serait sans doute la meilleure solution. Mais il y a de grandes difficultés à vaincre. Les voyageuses appartiennent à toutes les classes de la société, elles comprennent les affaires et la profession de façons si diverses et si personnelles qu'il est presque impossible de les considérer comme une unité. Elles n'ont aussi entre elles que fort peu de solidarité. Chaque collègue est en même temps une concurrente, et la concurrence est grande. C'est pourquoi les voyageuses ne portent que fort peu d'intérêt à cette idée d'association. Des 646 femmes atteintes par l'enquête faite par la L. S. A., 101 (15,6 %) seulement ont répondu que l'idée d'une association les intéressait ; 8 femmes (1,2 %) sont encore sceptiques quant à son utilité, mais s'y intéresseraient éventuellement par la suite. 22 (3,4 %) estiment qu'une association serait une chose très désirable, mais ne s'y intéressent plus personnellement, soit qu'elles ne voyagent plus ou voyagent pour leur propre compte, soit qu'elles se trouvent trop âgées pour cela. 31 femmes répondent qu'une association ne les intéresse nullement. Les autres, soit 484 (74,2 %) n'ont pas répondu du tout à cette question. — Il est vrai que plusieurs voyageuses ont reconnu n'avoir pas renvoyé le questionnaire parce qu'elles craignaient que ce fût un piège tendu par le bureau des impôts et que, parmi celles-ci, on arriverait certainement à éveiller l'intérêt pour cette question d'association.

Une autre difficulté est que beaucoup de femmes n'ont recours à la profession de voyageuses que comme aide en temps de gêne et ne l'exercent que provisoirement. Toutes ces femmes feraient occasionnellement appel aux bons offices de l'association, surtout en ce qui concerne les conseils juridiques et le bureau de placement, mais n'apporteraient pas la compréhension nécessaire aux questions professionnelles et ne consentiraient que difficilement à entrer dans une association et surtout à s'en occuper. Par contre d'autres, qui voyagent depuis de nombreuses années, qui ont réussi, acquis leur clientèle et obtenu un revenu plus ou

moins assuré, ne sentent aucune responsabilité à l'égard de leurs collègues et ont perdu tout sens de solidarité.

Beaucoup de femmes seraient certes d'accord de profiter des avantages offerts par une association, mais fort peu seraient disposées à y travailler activement. Il faut reconnaître que plusieurs de celles qui pourraient s'intéresser à cette question n'ont pas le temps de s'y consacrer. Leur travail les tient éloignées de chez elles du matin au soir et le peu d'heures qui leur restent ne peut être consacré, malgré la meilleure volonté, au travail toujours fatigant et ingrat d'une association.

C'est pourquoi il serait assez difficile de créer une organisation spéciale pour les voyageuses de commerce. Le mieux serait qu'elles s'allient à une association existante et y forment une sous-section. Les organes de ladite association s'occuperaient alors, à côté de leurs propres affaires, des questions concernant spécialement les voyageuses, ce qui cependant pourrait offrir des difficultés si la liquidation de ces questions exigeait beaucoup de temps.

La création d'une association de voyageuses de commerce exigerait dans tous les cas une préparation soignée, ce qui serait long, car les voyageuses sont disséminées dans toute la Suisse, et il s'agirait de trouver parmi les centaines d'intéressées des personnes capables, disposées à accomplir ce travail.

Cependant, il est dans l'intérêt des voyageuses dont la situation devient, par la crise, sans cesse plus instable, d'agir vite, afin de parer rapidement aux inconvénients qui augmentent de jour en jour. C'est pourquoi la création d'un office spécial serait peut-être plus indiquée. Cet office s'occuperait de toute la question jusqu'à ce que l'idée d'une association se soit suffisamment répandue pour devenir réalisable.

Un office de ce genre aurait l'avantage de pouvoir travailler plus librement, parce que complètement indépendant. Cependant le travail ne pourrait pas s'accomplir à un seul endroit. Il s'agirait de trouver des personnes de confiance dans différentes localités, personnes qui seraient alors en rapports directs avec l'office central (éventuellement des organisations existantes, telles que associations d'employées de commerce, etc.). L'aide des voyageuses serait naturellement précieuse et nécessaire.

En ce qui concerne les finances indispensables à l'entretien d'un tel office, celles-ci devraient provenir spécialement de dons, car les sommes perçues, par exemple par le service de placement, ne suffiraient pas à couvrir les frais. On peut naturellement songer à s'entendre avec un office, à buts semblables, existant déjà. Mais le travail concernant les voyageuses de commerce demanderait certainement beaucoup de temps, surtout au début, où il devrait être poussé activement.

Cependant les raisons pécuniaires ne doivent en aucun cas être une entrave. Il s'agit en effet de savoir si cette nouvelle profession féminine doit devenir le refuge de toute une classe d'indésirables, et ceci au détriment de la population, ou si elle ne doit pas au contraire être un moyen permettant à des centaines de femmes honnêtes de gagner leur pain et celui de leur famille, ce qui n'est pas seulement important au point de vue économique, mais aussi au point de vue moral.

C'est donc là une chose dont il vaut la peine de s'occuper, et il ne faut pas se laisser effrayer par le travail et par les frais que cela entraînera.

Dans cette question des voyageuses de commerce, comme dans d'autres, l'essentiel est de savoir si les intéressés directs ou indirects se rendent compte de leur responsabilité. Une voyageuse qui trompe une cliente ou qui simplement la pousse à commander plus que de raison, complique le travail d'une collègue. Une voyageuse qui vit d'une façon répréhensible nuit à toutes les femmes qui exercent la même profession qu'elle. — Chaque maison qui reste indifférente à la façon de travailler de ses voyageuses est responsable des dommages qui peuvent en résulter tant pour les voyageuses que pour le commerce. Ne parlons pas de celles qui poussent elles-mêmes leurs employées à user de moyens déloyaux. — Chaque acheteur qui a été trompé par un voyageur et qui se contente de gémir et de se lamenter au lieu d'informer la maison de commerce intéressée et même la police, ou qui ne porte pas plainte lorsque les agissements du voyageur l'auraient mérité, est responsable de ce que des centaines d'autres acheteurs seront encore trompés.

C'est ce sentiment de responsabilité qu'il s'agit de réveiller sans cesse et partout. Ainsi seulement on arrivera à une amélioration réelle de la profession. Ce n'est qu'avec l'aide de chacun qu'on pourra éviter certains dangers et obtenir un travail loyal et par là même fructueux.

## V. Tableaux statistiques

### 1<sup>o</sup> Voyageuses de commerce en Suisse

Année	Total des voyageurs <sup>1)</sup>	Voyageuses	Pourcentage
1920 . . . . .	3762 (3546)	414	= 11,03 %
1921 . . . . .	5292 (4411)	587	= 11,09 %
1922 . . . . .	5893 (4739)	616	= 10,45 %
1923 . . . . .	6014 (5022)	689	= 11,44 %
1924 . . . . .	6440 (5389)	789	= 12,25 %
1925 . . . . .	6660 (5489)	834	= 12,52 %
1926 . . . . .	7416 (6092)	988	= 13,32 %
1927 . . . . .	7697 (6416)	1032	= 13,41 %
1928 . . . . .	7978 (6739)	1074	= 13,46 %
1929 . . . . .	8280 (7005)	1431	= 17,28 %
1930 . . . . .	8532 (7460)	1522	= 17,83 %
1931 . . . . .	8917 (8029)	1727	= 19,36 %

<sup>1)</sup> Les chiffres entre parenthèses indiquent le total des cartes de légitimation délivrées pendant l'année, les autres chiffres le total des voyageurs. Ces chiffres là sont sensiblement plus élevés, la même carte servant souvent pour deux voyageurs; en outre les cartes se transmettent parfois d'une personne à une autre.

Les chiffres indiquant le nombre des voyageurs et des voyageuses proviennent de la liste fédérale des voyageurs de commerce. Ils ne sont pas rigoureusement exacts, le prénom étant parfois seulement indiqué par une initiale sur cette liste, ce qui ne permet pas de savoir à quel sexe appartient le voyageur.

2<sup>o</sup> Voyageuses dans les diverses branches

Genève	Textiles	Corsets	Articles de ménage	Littérature	Divers	Total
1921 . . . . .	9	—	—	—	12	21
1922 . . . . .	13	2	—	—	12	27
1923 . . . . .	12	2	2	—	8	24
1924 . . . . .	21	2	—	1	5	29
1925 . . . . .	15	2	—	3	9	29
1926 . . . . .	16	2	1	2	7	28
1927 . . . . .	29	2	4	4	12	51
1928 . . . . .	28	2	1	6	11	48
1929 . . . . .	21	2	1	8	16	48
1930 . . . . .	27	4	2	6	9	48
1931 . . . . .	16	2	2	7	10	37
Berne						
1921 . . . . .	4	—	—	3	1	8
1922 . . . . .	5	—	1	2	1	9
1923 . . . . .	8	—	1	2	—	11
1924 . . . . .	5	1	1	—	2	9
1925 . . . . .	8	1	—	1	2	12
1926 . . . . .	6	6	1	2	2	17
1927 . . . . .	12	5	—	3	1	21
1928 . . . . .	15	3	1	2	3	24
1929 . . . . .	21	159	3	14	3	200
1930 . . . . .	33	138	9	32	11	223
1931 . . . . .	21	83	2	25	17	148
Zurich						
1921 . . . . .	55	13	4	17	19	108
1922 . . . . .	43	18	5	20	15	101
1923 . . . . .	59	22	10	15	14	120
1924 . . . . .	53	34	9	35	23	154
1925 . . . . .	51	47	13	35	25	171
1926 . . . . .	74	46	30	48	23	221
1927 . . . . .	72	48	14	50	20	204
1928 . . . . .	83	45	61	55	19	263
1929 . . . . .	82	58	95	74	29	338
1930 . . . . .	89	75	89	64	22	379
1931 . . . . .	73	72	157	58	40	430

3<sup>o</sup> Conditions d'engagement

(Renseignements fournis par 82 maisons)

a) Exposé général.

Base de la commission: 63 maisons (76,83 %)			
Commission accordée	Maisons	Carte	Frais
en dessous de 20 %	3 = 2	oui	—
	1	oui	chemin de fer
20 %	8 = 2	—	—
	4	oui	—
	2	oui	chemin de fer en partie
22 %	1	oui	—
25 %	13 = 1	oui	—
	5	oui	chemin de fer en partie
	7	oui	chemin de fer
25—30 %	3	oui	—
20—30 %	6 = 1	—	—
	2	oui	—
	3	oui	chemin de fer
30 %	13 = 2	—	—
	4	oui	—
	3	oui	chemin de fer en partie
	4	oui	chemin de fer
30—35 %	4 = 1	—	—
	3	oui	chemin de fer en partie
35 %	1	oui	chemin de fer
40 %	9 = 1	—	—
	2	en partie	—
	2	oui	—
	2	oui	chemin de fer en partie
	2	oui	chemin de fer
45 %	1	—	—
50 %	1	—	—

Engagement ferme: 14 maisons (17,07 %).

Traitement fixe: 9 maisons (fr. 170—600). Commission 3—15 %; 3 maisons remboursent les frais.

Salaire journalier: 5 maisons (fr. 3—15). Commission 3—5 %; 1 maison rembourse les frais.

Conditions selon les capacités: 5 maisons (6,1%), la plupart: traitement fixe. Lorsque l'engagement est ferme, la maison paie le chemin de fer et la carte de légitimation.

Moyenne de la commission: 30 %.

Cartes de légitimation fournies par 73 maisons = 89 %.

Frais de chemin de fer remboursés par 37 maisons = 45,1 %.

Frais de chemin de fer en partie remboursés par 15 maisons = 18,2 %.

## b) Exposé selon la branche:

## Textiles:

Maisons	Fixe	Commission	Frais	Carte de légitimation
1		17 %	—	oui
1		18—20 %	chemin de fer	oui
1		20 %	—	—
4		20 %	—	oui
2		20 %	ch. de fer en partie	oui
1		25 %	—	oui
1		25 %	chemin de fer	oui
1		30 %	ch. de fer en partie	oui
1		20—30 %	—	—
2		20—30 %	—	oui
3		20—30 %	chemin de fer	oui
2	150, 300	5 %, 3 %	ch. de fer et salaire journalier	oui

## Corsets et articles pour dames:

4		25 %	ch. de fer en partie	oui
4		25 %	chemin de fer	oui
2		30 %	—	oui
1		30 %	ch. de fer en partie	oui
4		30 %	chemin de fer	oui
1		30 %	—	—
2		30—35 %	ch. de fer en partie	oui
1		40 %	—	—
1		40 %	—	oui en partie
2		40 %	ch. de fer en partie	oui
1		40 %	chemin de fer	oui
1	Traitement fixe	?	chemin de fer	oui (organisatrice)

## Articles de ménage:

1		15 %	—	oui
1		20 %	—	—
1		22 %	(en ville seulement)	—
1		25 %	chemin de fer	oui
1		25 %	en partie	oui
3		25—30 %	—	oui
1		30 %	—	—
1		30 %	—	oui
1		30 %	ch. de fer en partie	oui
1		30—35 %	—	— (échantillons payés par le voyageur)

Maisons	Fixe	Commission	Frais	Carte de légitimation
1		35 %	chemin de fer	oui
1		40 %	chemin de fer	oui
1	170—200	—	chemin de fer	oui
1	144	10—15 %	en partie	oui
1	600	petite	? oui	oui
1	salaire journalier	10—15 %	tous les frais	oui (conférences)

Propagande :

1	255	—	ch. de fer et salaire journalier	oui (pas de vente)
4	salaire journalier	3—5 %	chemin de fer	oui (en partie en ville)
2	150—200	5 %	chemin de fer	oui

Denrées alimentaires, drogues, cosmétiques (une partie des voyageurs ont tous ces articles ensemble):

1		25 %	chemin de fer	oui
1		30 %	—	oui
1		40 %	—	oui
1		45 %	—	—
1		50 %	—	—

Livres, périodiques :

Livres :

1		30—35 %	en partie	oui (différent)
1		40 %	—	en partie

Périodiques : Impossible de faire un exposé exact, les maisons fixant le plus souvent les conditions d'après les capacités du voyageur. Commission par abonnement : de fr. 4 à fr. 10; souvent traitement fixe pour un chiffre d'affaires de 30, 50, 60 abonnements au minimum (fr. 150 à fr. 250). La carte de légitimation et les frais de chemins de fer se paient par la maison.

4<sup>o</sup> Gain des voyageurs

	Fr.	Moyenne Fr.
Textiles : Renseignements fournis par les voyageurs . . . . .	50— 550	270
Renseignements des patrons . . . . .	320— 450	390
(Impôts, 1 ville, moyenne 303)		
Corsets, etc. : Renseignements fournis par les voyageurs	150— 600	360
Renseignements des patrons . . . . .	480—1000	592
(Impôts, 1 ville, moyenne 182)		
Articles de ménage : Renseignements fournis par les voyageurs . . . . .	100— 500	320
(Impôts, 1 ville, moyenne 133)		

	Fr.	Moyenne Fr.
Propagande: Renseignements fournis par les voyageurs (Impôts, 1 ville, moyenne 133)	100— 450	235
Livres, périodiques: Renseignements fournis par les voyageurs. . . . .	100— 500	250
Renseignements des patrons . . . . .	250— 800	592
(Impôts, 1 ville, moyenne 224)		
Denrées, etc.: Renseignements fournis par les voyageurs (Impôts, 1 ville, moyenne 152)	60— 700	335
Moyenne de tous les renseignements des voyageurs . . . . .	82 = 291, <sub>34</sub>	I } 321, <sub>10</sub>
Moyenne de tous les renseignements des patrons . . . . .	13 = 508, <sub>84</sub>	
Moyenne pour les impôts. . . . .	= 197, <sub>91</sub>	

Renseignements des voyageurs		Renseignements des maisons	
Revenu en dessous de 100	3		
de 100—150	14		
151—200	13		
201—250	11		
251—300	12		
301—350	7	3	
351—400	11		
401—450	3	3	
451—500	3	4	
501—550	2		
700	1	2	
750	1	800	1
(passagèrement) 1200	1		

### 5° Quels sont les motifs ayant poussé les femmes à voyager ?

(Renseignements oraux, parfois écrits, de 108 femmes.)

#### I. a) Femmes seules :

Sans raisons précises, espoir d'un gain élevé. . . . .	12	(11, <sub>1</sub> %)
Chômage . . . . .	10	
Raisons de santé . . . . .	7	
Mort du mari (auparavant ménagère). . . . .	7	
Divorce . . . . .	3	
Après vente de leur propre commerce. . . . .	4	
Autrefois sans emploi, obligée par les circonstances à cher- cher un gain . . . . .	1	
	<u>44</u>	(40, <sub>75</sub> %)

b) Femmes devant subvenir aux besoins d'autres personnes :

Maladie du mari . . . . .	6	
Chômage du mari. . . . .	2	
Veuves avec enfants, auparavant ménagères . . . . .	16	
Divorcées avec enfants, auparavant ménagères. . . . .	8	
Célibataire avec enfant, auparavant domestique . . . . .	1	
Devant aider leurs parents. . . . .	2	
	<u>35</u>	(32,40 %)

c) Femmes dont le mari travaille également :

Sans raisons spéciales . . . . .	18	(16,53 %)
Salaire du mari insuffisant. . . . .	7	
Pour pouvoir donner une instruction supérieure aux enfants . . . . .	4	
	<u>29</u>	(26,85 %)

II. Par goût pour la profession ou à cause du gain élevé . . . . .		(27,78 %)
Poussées par la nécessité économique . . . . .	65	(60,18 %)
Aide aux parents, instruction des enfants . . . . .	6	( 5,56 %)
Pour raisons de santé . . . . .	7	( 6,48 %)

Chez certaines de ces femmes, plusieurs de ces raisons sont entrées en ligne de compte. La raison indiquée est la dernière ayant joué un rôle.

6° De quelles professions sortent les voyageuses ?

(Renseignements oraux et écrits de 187 femmes.)

a) Ménage:

Ménagères . . . . .	63	
Domestiques . . . . .	6	
	<u>69</u>	(37 %)

b) Commerce:

Indépendantes . . . . .	12	
Vendeuses . . . . .	15	
Employées de bureau . . . . .	13	
Caissières . . . . .	1	
	<u>41</u>	(21,9 %)

c) Hôtellerie:

Hôtesse . . . . .	4	
Sommelière . . . . .	6	
Dames de buffet . . . . .	3	
Gouvernante . . . . .	1	
Secrétaire . . . . .	1	
	<u>15</u>	(8 %)

d) Industrie:		
Ouvrières . . . . .	2	
Broderie . . . . .	7	
Filature . . . . .	1	
Tissage . . . . .	1	
Ferggerin . . . . .	2	
Horlogerie . . . . .	2	
	—	15 (8 %)
e) Métiers:		
Couturières . . . . .	7	
Lingères. . . . .	2	
Repasseuses . . . . .	4	
Modistes. . . . .	2	
Coiffeuse. . . . .	1	
	—	16 (8,6 %)
f) Divers:		
Musiciennes . . . . .	3	
Dame de réception . . . .	1	
Mannequin. . . . .	1	
Gouvernante (?) . . . . .	1	
Sans emploi fixe ou exerçant plusieurs métiers . . . . .	8	14 (7,5 %)
g) Voyageurs . . . . . 17 (9 %)		
Ne gagnaient rien (ménagères). . .	63	(33,7 %)
indépendant . . . . .	29	(15,5 %)
dépendant . . . . .	95	(50,8 %)

Les femmes ayant, avant leur mariage, exercé une profession pendant plusieurs années, ont été comptées sous cette profession et non comme ménagères.

De même, les femmes ayant exercé occasionnellement un métier, parce que ne trouvant pas d'emploi dans leur propre profession (5), ne sont pas comptées sous f).

### 7° Age des voyageuses

(Provenant de 183 voyageuses de Zurich et Berne.)

en dessous de 20 ans . . . . .	2	} 9,3 %
21—25 » . . . . .	15	
26—30 » . . . . .	31	} 33,9 %
31—35 » . . . . .	31	
36—40 » . . . . .	33	} 33,3 %
41—45 » . . . . .	28	
46—50 » . . . . .	28	} 18 %
51—55 » . . . . .	18	
56—60 » . . . . .	7	} 5,5 %
au-dessus de 60 » . . . . .	3	

## VI. Voyageuses indépendantes et voyageuses de commerce en gros

Afin de compléter un peu cette enquête, nous avons encore interrogé quelques voyageuses indépendantes et quelques voyageuses en gros. Nous avons obtenu des renseignements de 15 voyageuses indépendantes et de 5 voyageuses en gros.

La situation pécuniaire des voyageuses indépendantes est meilleure que celle des voyageuses employées. Mais elles doivent posséder des connaissances commerciales et spéciales. D'une façon générale, seules les voyageuses expérimentées travaillent pour leur propre compte, surtout depuis la mise à exécution de la loi nouvelle. Leur situation est donc meilleure que celle des employées. Elles ne témoignent que peu d'intérêt pour une association, car elles ne veulent rien avoir de commun avec leurs collègues travaillant comme employées. Les plaintes concernant un travail illoyal sont fréquentes. Quelques voyageuses indépendantes seraient disposées à prêter leur concours pour la création d'un office professionnel, afin d'améliorer la situation.

La situation financière des voyageuses en gros est bien meilleure que celles de leur collègues voyageant au détail. Elles ne sont pas non plus exposées à l'humeur du public. Cependant elles sont quelques fois en butte aux attaques de leurs collègues masculins, du fait surtout qu'il n'y a que peu de voyageuses en gros. Elles s'intéresseraient à la création d'une association, mais à la seule condition que l'on soit très sévère et que l'on n'accepte que des personnes vraiment capables dans la profession. Comme elles ne souffrent guère des conditions fâcheuses des voyageuses au détail, il est compréhensible que la création d'un office spécial les intéresse peu.

Parmi les voyageuses indépendantes et les voyageuses en gros, il y en a plusieurs qui comprennent la nécessité de l'entraide. Il est donc important de rester en contact avec elles et, à l'occasion, de leur demander leur appui.

---