

## Dans l'Alabama, des salariés espèrent créer le premier syndicat Amazon des États-Unis

PAR COLE STANGLER

ARTICLE PUBLIÉ LE LUNDI 8 FÉVRIER 2021



Manifestation de salariés devant un entrepôt d'Amazon à Staten Island (New York, États-Unis), en mai 2020. © STEPHANIE KEITH / GETTY IMAGES NORTH AMERICA / Getty Images via AFP

Les 6 000 salariés de l'entrepôt de Bessemer votent pour la création d'un syndicat, un vote qui pourrait faire basculer les rapports de force au sein du géant du numérique, aux États-Unis et ailleurs.

Quand Amazon a fait le choix de construire un entrepôt à Bessemer, la décision a été **présentée** par la direction comme un événement historique. Pour la première fois, a-t-elle souligné dans un communiqué, le géant du e-commerce allait mettre en place un centre de distribution en Alabama, une aubaine pour cette ville populaire à majorité afro-américaine, située dans la banlieue de Birmingham, la plus grande ville de l'État.

Deux ans et demi plus tard, l'entrepôt pourrait entrer dans l'histoire pour d'autres raisons. Si les 5 800 salariés de cet État du Sud votent en faveur de la création d'une organisation syndicale, ce sera le premier syndicat Amazon aux États-Unis. Le cas échéant, la direction serait contrainte de négocier

collectivement avec les salariés de Bessemer, mettant fin au *statu quo* dans lequel Amazon impose ses décisions de manière unilatérale.



Manifestation de salariés devant un entrepôt d'Amazon à Staten Island (New York, États-Unis), en mai 2020. © STEPHANIE KEITH / GETTY IMAGES NORTH AMERICA / Getty Images via AFP

Autrement dit, cette élection pourrait faire basculer les rapports de force au sein de l'entreprise. Tout dépendra du vote qui se déroule par correspondance entre le 8 février et le 29 mars. « *Si les salariés d'un entrepôt Amazon se syndiquaient, ce serait un énorme pas en avant*, explique **Joseph McCartin**, professeur d'histoire à l'Université de Georgetown et expert du syndicalisme américain. *Cela pourrait faire tache d'huile.* »

La campagne lancée par le Retail, Wholesale and Department Store Union (RWDSU) à Bessemer fait déjà l'objet de nombreux soutiens. La loi américaine exige, en amont de l'élection, que le syndicat démontre le soutien d'au moins 30 % des salariés à son initiative auprès de la National Labor Relations Board. Cette agence fédérale est responsable de l'organisation des élections syndicales. Pour ce faire, le syndicat fait circuler et signer des cartes de soutien, appelées des *union cards*. Ces dernières sont souvent le fruit d'une longue campagne de sensibilisation, menée de manière clandestine pour minimiser les risques de répression de la part de l'entreprise.

Une première tentative de créer un petit syndicat de techniciens à Amazon a échoué en 2014, mais on espère au RWDSU que cette fois-ci sera la bonne. En plus des sujets classiques qui conduisent à l'adhésion syndicale – la paie, les conditions de travail, les congés, etc. –, la volonté d'instaurer un contre-pouvoir à l'entreprise est au cœur de la campagne, explique-t-on au syndicat.

« On veut se sentir plus respectés »

« *L'union fait la force*, constate un salarié de Bessemer qui a souhaité rester anonyme afin d'éviter des représailles de la part de la direction. *On se bat pour réaliser des vrais changements au travail, y compris des changements qu'Amazon ne réaliserait jamais [tout seul]. On voudrait avoir le droit de contester les décisions prises par Amazon, on voudrait que les problématiques liées à la santé des salariés soient mieux prises en compte, mais surtout, on veut se sentir plus respectés.* »

Amazon se défend, notant qu'elle offre à ses employés un salaire de base brut de 15 dollars par heure, bien au-delà du salaire minimum fédéral. « *Nous ne pensons pas que le RWDSU représente l'opinion majoritaire de nos employés* », espère Rachel Lighty, porte-parole d'Amazon.

La campagne de recrutement a décollé rapidement, accélérée par la crise sanitaire dans cet entrepôt qui a ouvert ses portes au **mois de mars 2020**. Les premières discussions ont eu lieu **dès l'été**, alors qu'Amazon, profitant de la montée en puissance du e-commerce, connaît un succès fulgurant. Les entrepôts tournent déjà à plein régime, lorsque arrive le « Prime Day », deux journées de promotions réservées aux clients d'Amazon, qui font encore grimper les ventes. Quelques semaines plus tard, au mois de novembre, le syndicat communique sa demande d'une élection à la National Labor Relations Board.

Cette campagne pourrait paraître à première vue surprenante puisqu'elle a lieu dans un État très conservateur, marqué par son passé ségrégationniste. Mais ce n'est pas un hasard si le premier syndicat Amazon se construit à Bessemer. Le sud des États-Unis **compte** de nombreuses usines agroalimentaires – et de nombreux salariés syndiqués, en grande partie afro-américains et latinos. Certains d'entre eux ont été déployés par le RWDSU pour soutenir la campagne Amazon.

« *C'est leur combat [mais] on est là pour les soutenir*, explique Michael Foster, un salarié d'une usine de transformation de volailles aux alentours de Bessemer et un adhérent du RWDSU qui soutient le syndicat à Amazon. *Ce n'est pas facile de prendre des risques et*

*de défendre ses convictions, mais on leur explique que c'est comme ça qu'on peut améliorer notre quotidien au travail. Cette confiance, cette compréhension mutuelle, et ces rapports que nous avons construits avec les travailleurs participent à un mouvement très positif.* »

Et puis, politiquement et démographiquement, ce coin de l'Alabama ne ressemble pas tout à fait au reste de l'État. Le comté de Jefferson, un ancien bassin métallurgique, **penche** à gauche. La ville de Bessemer compte une population à 70 % afro-américaine, et beaucoup de travailleurs à l'entrepôt sont noirs, un autre facteur qui pourrait jouer en faveur du syndicat. Comme l'a rapporté le *New York Times*, les syndicalistes sur le terrain reprennent les thèmes du mouvement Black Lives Matter, mettant l'accent sur la justice sociale et la dignité humaine.

« *Depuis les années 1960, les syndicats sont associés avec le combat antiraciste, et pas toujours à juste titre* », explique Joseph McCartin. Si les syndicats jouissent d'une image positive dans la communauté noire, ajoute-t-il, ils pâtissent parfois de cette association auprès des travailleurs blancs dans le Sud.

### L'espoir d'un effet d'entraînement

L'élection ne concerne que le site de Bessemer. Même en cas d'une victoire syndicale, Amazon n'aura aucune obligation de négocier avec le reste de ses entrepôts aux États-Unis. Mais le RWDSU espère qu'elle aura un effet boule de neige, qu'une victoire dans l'Alabama deviendrait une source d'inspiration pour les centaines de milliers de travailleurs d'Amazon. Aux États-Unis, l'entreprise **compte** plus de 590 000 salariés.

« *C'est la peur d'Amazon aussi, j'en suis sûr* », dit **Christy Hoffman**, secrétaire générale de l'UNI Global Union, une fédération syndicale mondiale qui regroupe des syndicats de service, basée à Genève.

Depuis 2018, l'UNI Global Union gère l'Amazon Alliance, un réseau international de syndicats de commerce qui se réunit mensuellement. À la dernière réunion du comité directeur (une structure qui compte

dans ses rangs le puissant syndicat allemand Verdi, la CGIL italienne, la CCOO espagnole, ou encore le RWDSU américain, parmi d'autres), l'ambiance était plutôt joyeuse, selon des sources à la fédération. « *Les syndicats européens me disent que ça peut tout changer parce que si Amazon doit accepter les syndicats aux États-Unis, ça changera leur approche vis-à-vis des organisations syndicales en Europe aussi* », explique Christy Hoffman.

La crise du Covid-19 a mis en lumière les **difficultés** auxquelles font face les salariés aux États-Unis lorsqu'ils critiquent publiquement l'entreprise. Mais la pandémie a aussi montré la fragilité du dialogue social en Europe. Au printemps 2020, les salariés d'un centre de distribution dans le nord de l'Italie **ont fait grève** pendant deux semaines pour réclamer plus de masques et d'autres mesures de santé, critiquant l'inaction d'Amazon.

En France, le géant du numérique a été **condamné** par la justice qui estimait que l'entreprise n'avait pas procédé à une évaluation des risques professionnels avec les organisations syndicales. En Espagne, le syndicat CCOO a dû faire appel au ministère du travail **afin de pousser** Amazon à mettre en place des mesures de protection.

Depuis des années, poursuit Christy Hoffman, Amazon exporte ses stratégies de management en Europe. « *On le voit concrètement avec les algorithmes et les mesures de productivité qu'ils utilisent*, dit-elle. *S'il n'y a pas de contre-pouvoir aux États-Unis, c'est plus dur de se défendre en Europe.* »

Il n'y a pas de conventions collectives aux États-Unis. Tout se joue au niveau de l'entreprise, ce qui fait que la différence entre les employeurs dits « syndiqués » et « non syndiqués » est immense. Selon les **données** du gouvernement fédéral américain, le salaire hebdomadaire médian d'un travailleur syndiqué en 2020 se situait à 1 114 dollars brut par semaine, bien au-delà des 958 dollars pour les travailleurs non syndiqués. Grâce à la négociation collective, les salariés syndiqués **bénéficient** aussi, en

général, de meilleures mutuelles de santé et de plus de congés payés, sans parler des protections contre les licenciements.

Mais ils sont une minorité. Si à peu près un tiers des salariés américains appartenaient à un syndicat dans les **années 1960**, ils ne sont plus que 10,6 % aujourd'hui. Des tentatives d'inverser la tendance font face, depuis longtemps, à une opposition féroce de la part des employeurs. Cette hostilité a même donné naissance à une industrie spécialisée dans la répression syndicale : une constellation de boîtes de conseil et de cabinets d'avocats qui se consacrent au « *union-busting* ». Avec l'appui de cette aide extérieure, les employeurs font souvent campagne contre la mise en place d'un syndicat lors d'une élection.

C'est l'approche d'Amazon à Bessemer. Après avoir **embauché** comme avocat Harry Johnson, un ancien membre de la NLRB, l'agence fédérale qui conduit les élections syndicales, l'entreprise a lancé un site web, **doitwithoutdues.com** (« Fais-le sans cotisations ») afin de faire campagne en faveur du « non ». Accompagné de photos montrant des salariés souriant au travail, le site met l'accent sur le prix de la représentation syndicale : « *Pourquoi ne pas économiser votre argent pour acheter [...] les choses dont vous avez envie ?* », demande-t-on aux lecteurs.

Comme l'ont révélé **Bloomberg** et le **Washington Post**, Amazon organise aussi des réunions obligatoires dans lesquelles on explique aux salariés pourquoi ils devraient voter contre le syndicat. Et l'entreprise envoie des SMS aux salariés les encourageant de voter « non » à partir du 8 février.

« *Amazon m'envoie des textos, [les messages] sont dans nos salles de pause, ils sont même dans les toilettes pour nous dire de voter contre. C'est un niveau de propagande assez dingue, et c'est très trompeur* », dit le salarié anonyme de Bessemer.

L'entreprise défend sa campagne de communication. « *Il est très important que les salariés comprennent le processus électoral et les implications de l'adhésion syndicale* », répond la porte-parole d'Amazon.

Au bout du compte, ces méthodes sont assez classiques, explique Joseph McCartin. Selon la loi américaine, « les employeurs ont le droit à la libre expression et le droit de prendre position contre le syndicat. Il y a certaines choses qu'on ne peut pas dire. On ne peut pas menacer la fermeture du site si les salariés se syndiquent. Mais il y a un seuil de tolérance assez élevé ».

Ce n'est pas tout. Amazon a également contesté – sans succès – le décret de la NLRB prévoyant de tenir l'élection syndicale par correspondance. L'agence a pris cette décision pour des raisons sanitaires, notant que la région souffrait d'un taux de circulation élevé du virus. Depuis le début de la pandémie, **un résident sur 10** dans le comté de Jefferson a été infecté, et le mois de décembre 2020 a connu un nombre record de cas. Mais selon Amazon, cela ne constituait pas un véritable cluster, et les salariés devraient se rendre sur place pour voter.

« Les employeurs ont toujours voulu tenir des élections syndicales sur leur propriété, explique Joseph McCartin. Les employeurs ont toujours pensé

que ça leur donne un avantage, parce que l'élection a lieu chez eux. Même s'ils ne voient pas comment les salariés votent, ça envoie un message. »

Le fait que le vote se tient par correspondance est un autre élément qui pourrait favoriser le syndicat, selon Christy Hoffman de l'UNI Global Union. « Très souvent, les salariés, et surtout dans des petites entreprises, sentent de la pression pour aller voter. Leur directeur les encourage à aller voter, explique-t-elle. Or ce sont ces gens-là qui peut-être ne participeraient pas à une élection par correspondance s'ils n'étaient pas vraiment en faveur du syndicat. Ils pourraient peut-être rester sur le banc de touche. »

Finalement, c'est la majorité parmi les votants qui sera déterminante. Rendez-vous le 30 mars pour le décompte des voix.

### Boite noire

Cole Stangler signe son premier article pour Mediapart. Journaliste indépendant, spécialisé dans le monde du travail, il exerce comme correspondant en France pour de nombreux médias anglo-américains.

Le nom de la porte-parole d'Amazon, qui était erroné, a été corrigé peu après la parution de l'article.

**Directeur de la publication** : Edwy Plenel

**Direction éditoriale** : Carine Fouteau et Stéphane Alliès

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

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

Capital social : 24 864,88€.

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

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

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

**Courriel** : contact@mediapart.fr

**Téléphone** : + 33 (0) 1 44 68 99 08

**Télécopie** : + 33 (0) 1 44 68 01 90

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

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