Ce 25 novembre 2021, les drapeaux rouges de la CGT flottent sur le parvis de La Défense. Cent vingt salariés, principalement des femmes, de vingt-cinq magasins Sephora de la région parisienne se sont réunies devant Les 4 Temps du quartier d'affaires. (…) Une fois entrés dans le centre commercial, « les salariés étaient archis chauds ! » s'enthousiasme Jenny Urbina. Tandis qu'ils scandaient « À bas les salaires bas » devant la boutique Sephora, la représentante CGT distribuait des tracts et répondait aux questions de clientes intriguées : « Ah bon, c'est comme ça, chez LVMH ? »

Depuis cette journée de grève nationale inédite, Jenny Urbina enchaîne les interviews. La veille de notre entrevue, dans le restaurant parisien Au Père tranquille de Châtelet-les-Halles, la syndicaliste se faisait photographier par le New York Times. Le Monde, Capital, BFM-TV… « J'en ai jusque-là des journalistes », s'amuse Jenny. Le mouvement a reçu une sacrée couverture médiatique en France. La direction de Sephora a bien tenté de minimiser la grève en la qualifiant de « marginale », car observée par seulement 3 % des CDI en magasin. Il n'empêche, cette grève nationale inédite « a fait comprendre à la direction qu'on est capables de mobiliser et d'attirer les médias. Maintenant, ils savent », se gratifie-t-elle. Le soir même de la grève, elle a reçu des appels de la direction « pour s'assurer qu'on n'organisait pas autre chose » et pour lui annoncer que les organisations syndicales seront rapidement convoquées pour mettre en place la prime exceptionnelle de pouvoir d'achat. Cette « prime Macron » facultative permet aux employeurs de verser aux salariés qui gagnent moins de trois fois le Smic un montant défiscalisé. « Je peux vous dire que la petite grève, ça les a fait réfléchir ! » ironise Jenny. À la suite de cette mobilisation, une grande partie des maisons du groupe LVMH a obtenu jusqu'à 1 000 euros net de prime Macron. La crainte de voir le mouvement s'étendre n'y est sans doute pas pour rien. Il faut dire que depuis quelques semaines la colère gronde dans plusieurs entreprises, notamment celles de la famille Mulliez (Auchan, Decathlon, Leroy Merlin). Leur demande : une revalorisation des bas salaires et une plus juste redistribution de la richesse dans ces groupes qui enregistrent des bénéfices record.

Sephora est une des soixante-quinze maisons du groupe LVMH (Moët-Hennessy – Louis Vuitton) qui a réalisé un chiffre d'affaires de 44,6 milliards d'euros, et 4,7 milliards d'euros de bénéfices en 2020. Certes, c'est moins qu'en 2019, avant la crise sanitaire. Mais tout de même, « LVMH a fait preuve en 2020 d'une résistance remarquable face à la crise sanitaire sans précédent », applaudit le P.-D.G. Bernard Arnault dans le rapport annuel 2020. C'est en partie parce que, comme l'a révélé l'Observatoire des multinationales, le groupe a profité du chômage partiel payé sur fonds publics en Italie et en Allemagne, selon le quotidien allemand *Süddeutsche Zeitung* et la revue spécialisée *Textilwirtschaft*. Mais aussi en France, notamment chez Sephora en novembre et décembre 2020, ainsi qu'en février, mars et avril lorsque les magasins des centres commerciaux étaient fermés. Il a aussi bénéficié de la baisse des impôts de production prévue dans le plan de relance du gouvernement. Cela a été possible car une majorité des ateliers de fabrication de la maroquinerie Louis Vuitton sont sur le territoire français (dix-sept, sur un total de vingt-quatre dans le monde). Ça n'est pas négligeable quand on sait que la marque retire l'essentiel des revenus de la division mode et maroquinerie, laquelle contribue pour près de la moitié au chiffre d'affaires du groupe. LVMH est aussi bénéficiaire du programme de rachat d'actifs par la Banque centrale européenne (BCE) pour soutenir sa trésorerie. (…) Contactée pour cette publication, la BCE n'a pas souhaité en divulguer les montants, mais c'est en partie grâce à ses achats sur le marché obligataire que le groupe a pu s'offrir la maison internationale de joaillerie Tiffany & Co pour le prix de 14,7 milliards d'euros, nous indique *Les Échos*, propriété de LVMH. Alors, en 2021, LVMH se retrouve en pleine forme. Le groupe du CAC 40 affiche même un résultat record insolent : plus de 64,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires et plus de 12 milliards d'euros de bénéfice net, en hausse de 68 % par rapport à 2019.

Les dirigeants du groupe ne se sont pas privés de faire la publicité de leur sacrifice financier face à la baisse des ventes pendant la crise sanitaire : le P.-D.G. Bernard Arnault et quatre autres dirigeants de LVMH ont renoncé à leur salaire d'avril et mai, ainsi qu'à toute rémunération variable au titre de l'année 2020. En 2020, les actionnaires ont même fait un geste, en renonçant à 30 % de leurs dividendes. Ils avaient alors reçu 2,5 milliards d'euros. Mais il ne faudrait pas que ces efforts durent trop longtemps… « Les crises nous rendent plus forts », écrit Bernard Arnault dans son « message du président » dans le Rapport annuel 2020. C'est vrai, les actionnaires ont reçu 3 milliards d'euros de dividendes en 2021, dont la moitié va directement dans les poches de la seule famille Arnault. Les intérêts des actionnaires ont été préservés, de même que la rémunération des dirigeants. Les dix meilleurs sa-

laires dans l'entreprise ont augmenté de 11 % entre 2020 et 2021, pour un montant total de plus de 5,6 millions d'euros, constate Jenny. La direction argumente que les dirigeants de l'entreprise doivent être les meilleurs et à ce titre, bien payés, mais tous les salariés doivent être bien payés. Entre avril 2020 et avril 2021, selon le magazine *Forbes*, la fortune de Bernard Arnault a doublé, passant de 76 à 150 milliards de dollars, faisant de lui la troisième personne la plus riche de la planète. « Monsieur Bernard Arnault, ça ne me dérange pas que vous soyez milliardaire, le monde est ainsi, commence Jenny Urbina, feignant de s'adresser directement au P.-D.G. au cours de notre échange. Mais est-ce que vous trouvez normal que des salariés qui travaillent pour votre groupe ne reçoivent pas un salaire suffisant pour vivre décemment, tandis que vous vous enrichissez autant ? » Il y a là une « incohérence », euphémise-t-elle. On peut dire que le coût de la crise a été inégalement réparti dans le groupe LVMH. Jenny, dix-huit ans d'ancienneté dans la boîte, dégaine sa fiche de paie et pointe son salaire mensuel : 1 879 euros brut. Neuf euros brut par mois sont venus s'ajouter pour l'année 2021. Zéro virgule cinq pour cent de hausse des salaires, pas de quoi suivre l'inflation qui se poursuit – +2,8 % sur les prix à la consommation entre novembre 2020 et 2021 (en grande partie dûs à la hausse des prix de l'énergie qui est de + 21,6 %, selon l'Insee). Le pouvoir d'achat en prend un coup et ça n'est pas près de s'arrêter, puisque l'Insee prévoit que l'indice des prix à la consommation pourrait osciller entre 3 % et 3,5 % jusqu'en juin 2022. « C'est mathématique, pas besoin d'un doctorat pour faire ce calcul de base. Addition, soustraction, total… » Dans trois mois, elle devra quitter la maison qu'elle louait à Neuilly-Plaisance, en Seine-Saint-Denis, avec son ex-mari dont elle a divorcé cette année. « En net, j'arrive à un salaire de 1 600 euros, calcule Jenny. Je vais aller où avec ça, sachant qu'on demande de gagner trois fois le montant du loyer dans une chambre de bonne à quarante-sept ans ? »

Jenny a déjà connu la précarité par le passé. « Me balader avec mes valises d'un endroit à l'autre dans le métro parisien, j'ai connu », résume-t-elle pudiquement. Arrivée du Pérou à l'âge de dix-neuf ans, elle travaille cinq ans dans la clandestinité avant d'obtenir un titre de séjour et une autorisation de travail. Elle n'a jamais cessé de travailler dans la vente pour se maintenir à flot, en CDD, intérim et alternance. Le tout en menant de front ses études : un diplôme de secrétaire commerciale, une formation conseillère en parfumerie, un master en traduction juridique français-espagnol et un autre en droit du travail individuel et collectif. Alors aujourd'hui, fière de son parcours, elle aimerait « évoluer », quitter son poste de vendeuse dans la boutique de Rivoli, lorsque son détachement syndical prendra fin. « En matière de ressources humaines et d'engagements RSE nommés "Sephora Stands", Sephora s'attache à motiver ses talents, en leur donnant les moyens d'évoluer et d'apprendre avec plaisir », clame la marque sur son site. Jenny n'est pas « ingrate ». Pour elle, Sephora a été « une bonne école, on est formées, on devient rigoureuses ». Mais les belles promesses d'évolution ne sont pas vraiment respectées dans son cas. « Je pense que je mérite mieux, avec tous les barrages que j'ai eus, estime Jenny. Je me sens lésée par la boîte dans laquelle je travaille. Ils savent que j'ai les capacités et l'expérience pour avoir un poste plus intéressant et mieux payé, mais ils ont décidé de ne pas me faire évoluer », regrette Jenny, qui suppose que c'est à cause de ses activités syndicales, « même s'ils disent qu'il n'y a pas de discrimination ». (…)

Léa GUEDJ, « Jenny Urbina, vendeuse cosmétique » in *Dépossession, travailler plus pour gagner moins,* sous la direction de Denis Robert et Jean-François Diana, 2022.

Vous ferez un **résumé** de ce texte de 1 553 mots en 100 mots ± 10 %.

Marquez les dizaines de mots et indiquez le **décompte** total à la fin de votre copie.

Les formules caractéristiques doivent impérativement être **reformulées**.

Appuyez-vous sur les **liens logiques** du texte, explicites ou implicites, et **faites des paragraphes**.

Prévoyez **une marge** d'au moins 5 ou 6 cm, et **sautez des lignes**.

Il est interdit d'utiliser un stylo-plume ; utilisez un **stylo-bille ou un feutre de couleur bleue ou noire**. Pas de blanc machine, ni d'effaceur.