

Le travail en pleine mutation

UNE RÉALISATION
DU SERVICE DE
LA PROMOTION

Le monde du travail change et les travailleurs comme les employeurs tentent de s'adapter tant bien que mal aux nouvelles réalités. La rareté de la main-d'œuvre attribuable au vieillissement de la population, combinée aux valeurs de la génération Y, qui ne souhaite pas travailler toute sa vie pour la même entreprise, fait en sorte que les employeurs ont de plus en plus de mal à recruter et à garder leurs employés.

Si les travailleurs les plus qualifiés tirent avantage de la conjoncture actuelle du marché de l'emploi, les autres sont plus durement touchés par le taux de roulement élevé du personnel et par l'augmentation des emplois précaires (temps partiels, pigistes, surnuméraires, télétravailleurs). Sans fonds de pension ni avantages sociaux, ils doivent souvent combiner plus d'un emploi pour joindre les deux bouts.

Et la technologie dans tout cela? Pour les employeurs, elle permet d'accroître la productivité et faire exécuter certaines tâches plus difficiles que les employés ne veulent pas faire. Pour les travailleurs, l'économie de partage offre aussi de nouvelles possibilités comme les espaces de bureau partagés (*coworking*).



5230380

SCFP 

Syndicat canadien de
la fonction publique



Une force pour
les services publics

de demain

Le travail en pleine mutation

Quel emploi occuperez-vous dans 5 ou 10 ans?

La tradition qui veut qu'un employeur récompense ses employés qui comptent 25 années de service en leur offrant une montre-bracelet est appelée à disparaître. Aujourd'hui, bien peu de travailleurs passeront plus de 10 ans au sein d'une même entreprise. Alors qu'il était traditionnellement mal vu de passer souvent d'un employeur à un autre, une nouvelle étude réalisée par le réseau social professionnel LinkedIn indique qu'il serait même souhaitable de changer de travail et d'entreprise tous les trois ans afin de se valoriser sur le marché du travail. Selon le magazine *Forbes*, il semblerait même que les employés qui sont constamment à la quête de défis gagneraient 50 % plus d'argent au cours de leur vie que ceux qui travaillent plus de deux ans pour une même entreprise.

LE CHOIX DES Y

La génération Y a très bien compris les avantages de changer régulièrement d'emploi. Au lieu de viser la stabilité en s'accrochant à un emploi pour la vie, l'objectif est maintenant de cultiver son employabilité en développant ses compétences, son expérience et son expertise, de manière à obtenir le meilleur travail disponible, indépendamment de l'employeur. Maîtrisant l'anglais et les nouvelles technologies de l'information, les nouveaux diplômés peuvent travailler n'importe où dans le monde ou même décrocher des contrats aux quatre coins de la planète. Et grâce à la technologie, des milliers d'offres d'emploi sont maintenant à portée de clic.

LE MONDE CHANGE

Quelles sont les entreprises les plus prospères actuellement? Bon nombre des géants actuels de notre économie, tels que Google, Amazon et Facebook, étaient pratiquement inconnus il y a 20 ans. Aujourd'hui, Amazon compte à lui seul plus de 341 000 employés dans le monde et connaît une croissance fulgurante. Depuis la fin de 2014, les effectifs d'Amazon ont plus que doublé.

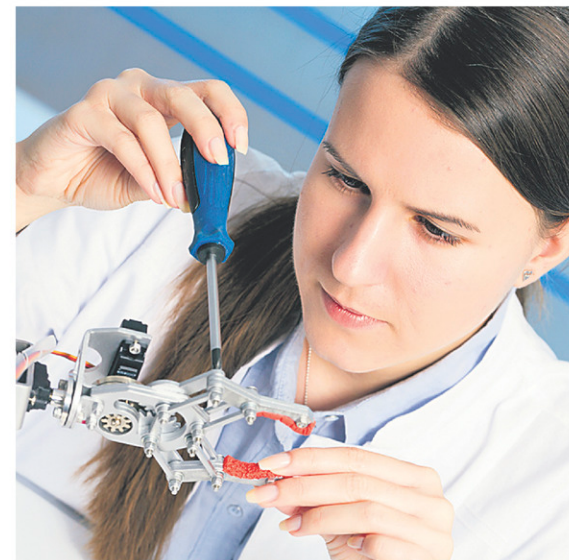
À la vitesse à laquelle la technologie évolue, qui sait quels seront les métiers en demande dans dix ou quinze ans? Selon une étude du cabinet américain Wagepoint, 60 % des métiers qui seront exercés en 2030 n'existent pas encore actuellement. Difficile de choisir un champ d'études avec de telles perspectives.

À L'ÈRE DES MACHINES

Parallèlement, plusieurs emplois risquent de disparaître au cours des prochaines années. On estime que jusqu'à 47 % des emplois qui existaient aux États-Unis en 2010 sont très susceptibles d'être informatisés et de disparaître au cours des deux prochaines décennies. Pour reprendre l'exemple d'Amazon, le numéro un mondial du commerce en ligne a accru son parc de robots de 50 % en un an. Les 45 000 robots d'Amazon représentent maintenant un employé sur sept. Amazon explique que les robots Kiva permettent surtout à ses salariés d'être plus productifs et d'éviter des tâches pénibles comme les longues marches dans les entrepôts qui font parfois 90 000 m², soit l'équivalent de 14 terrains de football.

RÉINVENTER NOTRE LIEN AU TRAVAIL

Dans son livre *L'emploi est mort, vive le travail*, le philosophe Bernard Stiegler prédit que, d'ici une vingtaine d'années, l'automatisation va déferler sur tous les secteurs de l'économie mondiale et signer la mort définitive de l'emploi. Loin d'être



apocalyptique, l'auteur espère que la fin de l'emploi sera l'occasion de réinventer le travail au cœur de nos sociétés du numérique et de construire une économie contributive. Il prêche pour un nouveau modèle économique, dont le salaire ne serait plus le cœur.

ÉCONOMIE DE PARTAGE

Parmi les modèles émergents, celui de l'économie de partage, nom donné aux organisations vouées à la mise en commun des ressources telles que Airbnb et Uber, semble très prometteur. Une étude publiée en février par Statistique Canada révèle qu'un Canadien sur dix a déjà eu recours à l'économie de partage pour le transport ou l'hébergement.

Patrick Cingolani, professeur de sociologie au laboratoire de changement social et politique de l'université Denis-Diderot, estime toutefois qu'il y a une différence entre l'économie de partage qui provient de l'auto-organisation des individus et celui qui est une forme de capitalisme déguisé. « Dans le cas d'Uber, par exemple, il y a une extrême dissymétrie entre cette plateforme, dont la valorisation boursière atteint les 50 milliards de dollars, et les petits indépendants que sont les chauffeurs », explique-t-il.

L'exemple des espaces de *coworking*, aussi appelés espaces de travail collaboratif ou collectif, illustre bien les avantages de l'économie de partage dans un monde du travail en pleine mutation. Ils fournissent non seulement aux travailleurs autonomes des espaces pour tenir des réunions, mais leur permettent également de briser l'isolement en côtoyant d'autres travailleurs qui vivent les mêmes réalités.



Le travail en pleine mutation

Le devoir de protéger nos industries culturelles et médiatiques

L'avenir de la culture et des communications au Québec préoccupe le Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP-Québec). L'ère numérique et les nouvelles technologies apportent certes des défis stimulants pour les entreprises médiatiques, mais aussi des inquiétudes quant à la diversité, à l'originalité et à la qualité des contenus diffusés, en plus de mettre en péril des milliers d'emplois.



Denis Bolduc,
président SCFP-Québec



Réjean Beaudet,
secrétaire-archiviste du
Conseil provincial du secteur
des communications (CPSC)
du SCFP et président du
syndicat de TVA

ÇA BOUGE DANS LE SECTEUR MARITIME ET LES PORTS!

En mai dernier, le congrès du SCFP-Québec a voté à l'unanimité pour créer un secteur maritime dans ses instances. Ce secteur regroupe près de 1450 travailleuses et travailleurs des ports de la province : Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sorel, Matane et Baie-Comeau (Arrimage du Saint-Laurent).

Les ports du Québec connaissent une forte croissance de l'achalandage et réfléchissent à l'automatisation des procédés. À l'affût des changements, les débardeurs membres du SCFP sont extrêmement mobilisés et proactifs dans la redéfinition de leur métier. Ils font valoir leur expertise indispensable au développement et à la transformation de l'industrie portuaire. C'est à suivre.

DES MEMBRES DANS PLUSIEURS SPHÈRES MÉDIATIQUES

Comptant près de 115 000 membres au Québec, le SCFP représente quelque 7496 membres du secteur des communications au Québec, lesquels sont regroupés au Conseil provincial du secteur des communications (CPSC).

Représentant différentes sphères et plateformes, le regroupement syndical constitue une force de premier plan dans les domaines de la télévision (Groupe TVA, l'ONF, RNC Media, Shaw Media), de la radio (CIMF – Gatineau, CKOB – Trois-Rivières), des télécommunications (Telus Québec, Vidéotron, Cogeco), de la cinématographie et de la post-production (Covitec, SETTE), ainsi que de la presse écrite (*Le Journal de Québec*).

Or, bien que les réalités diffèrent d'un média à l'autre, les changements technologiques ont entraîné des transformations majeures dans la production et dans la diffusion de contenu médiatique. « La délocalisation du travail n'était pas possible il y a dix ans. Aujourd'hui, on produit les émissions de tout le Québec à partir de Montréal. Le centre décisionnel est concentré dans les grands centres. On fait un bulletin provincial et non plus régional », illustre Réjean Beaudet, secrétaire-archiviste du Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) du SCFP et président du syndicat de TVA.

UN MANIFESTE POUR INTERPELLER

Outre les défis technologiques, M. Beaudet pointe du doigt l'omniprésence des géants numériques qui concurrencent les entreprises canadiennes. « On a perdu 20 % de nos membres ces dernières années en raison de la désaffection du public envers nos médias traditionnels », poursuit-il. Comme ses collègues, M. Beaudet souhaiterait que les gouvernements soient davantage coercitifs et interviennent pour protéger les entreprises médiatiques.

Il n'est pas le seul. Une importante coalition, regroupant plus d'une quarantaine d'organisations œuvrant dans le milieu des arts et des médias au Québec et au Canada, a présenté et signé dernièrement un manifeste invitant les politiques à réagir pour la protection de l'industrie culturelle à l'ère numérique.

Parmi les signataires, l'Union des artistes (UDA), l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) et l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), notamment, demandent aux paliers gouvernementaux d'agir en fonction des intérêts et de la protection des industries canadiennes. Les signataires lancent donc un appel « urgent » aux dirigeants afin qu'ils préservent les centaines de milliers d'emplois générés par les entreprises culturelles et médiatiques. « Nos gouvernements doivent agir et aider les entreprises culturelles et médiatiques à retrouver la stabilité essentielle à leur succès », indique Denis Bolduc, président du SCFP-Québec, qui espère que le dossier avance rapidement cet automne.

Les défis sont nombreux, rappellent les organisations qui constatent une « iniquité croissante » dans le milieu des communications dominé par des entreprises américaines comme Google, Apple, Facebook, Amazon, Netflix ou Spotify.

« Ce n'est pas une taxe Netflix, rétorque M. Bolduc. On demande que ces multinationales soient soumises aux mêmes règles que les entreprises québécoises et canadiennes en matière de fiscalité, de taxation et de réglementation. »

AIDE FINANCIÈRE RÉCLAMÉE

Plus spécifiquement, le manifeste insiste pour que tous les moyens soient mis de l'avant, y compris un financement adéquat, pour assurer la vitalité de l'industrie et ainsi préserver les centaines de milliers d'emplois générés par les entreprises culturelles et médiatiques au pays.

Le document intitulé *Continuité – Équité – Soutien* est rendu public à un moment opportun, alors que les deux paliers de gouvernement planchent sur plusieurs réformes législatives en matière de politique culturelle, dont un réexamen de la *Loi sur le droit d'auteur*.

Le site manifestepourlaculture.info héberge le manifeste et recueille les noms de tout individu ou organisation voulant ajouter sa voix à ce cri collectif.

Une force pour
 les services publics

de demain

Le SCFP, c'est le plus important syndicat au Canada,
 avec 650 000 membres.

C'est aussi le plus grand affilié de la FTQ.

Au Québec, les
 115 000 membres
 du SCFP sont au
 service de la
 population dans
 onze secteurs
 stratégiques
**en pleine
 effervescence :**

-  Affaires sociales
-  Communications
-  Éducation
-  Énergie
-  Municipalités
-  Secteur maritime
-  Secteur mixte (ex. : transport de valeurs, assurances)
-  Sociétés d'État et organismes publics
-  Transport aérien
-  Transport terrestre
-  Universités