

Bibliothèque Anarchiste  
Anti-copyright



# Tu l'auras dans l'os

Lucioles

Lucioles  
Tu l'auras dans l'os  
2010

Consulté le 14 octobre 2016 de [lucioles.noblogs.org](http://lucioles.noblogs.org)  
Extrait de *Lucioles* n°1, Bulletin anarchiste du Nord-Est de Paris,  
novembre/décembre 2010.

[fr.theanarchistlibrary.org](http://fr.theanarchistlibrary.org)

2010



« Haaa... Bonjour madame [...] alors comment ça va ? Ça fait tellement plaisir de vous voir... »

5 minutes plus tard...

« Putain cette conasse elle m'a encore tenu la jambe pendant une heure avec ses histoires à la con, elle a rien de mieux à foutre ! »<sup>1</sup>

Voilà le genre de phrase qu'on entend à longueur de temps quand on est contraint de vendre ses journées dans ce qu'on appelle le petit commerce. Parce que le client a toujours raison, quitte à lui chier sur la gueule dès qu'il a franchi la porte (et qu'aucun autre portefeuille sur pattes n'est en vue bien sûr).

Parce qu' « *ici c'est familial OK, alors t'es aimable avec les gens* », chacun sera traité de la même façon, flic en uniforme, mère de famille ou cadre sup qui transpire le fric, skinhead ou hippie c'est la même chose : « *Bonjour, qu'est ce que je peux faire pour vous ?* » Personne n'a tort tout le monde a raison devant la caisse enregistreuse. Cette convivialité obligatoire, ce populisme de comptoir teinté du fiel de l'arrière boutique, est surtout destiné à masquer tous les petits calculs mesquins qui sont à la base du petit commerce et qu'on peut résumer ainsi : si « *le client est roi* », c'est d'abord parce qu' « *il n'y a pas de petits profits* ».

Parce qu'il s'agit en priorité de survivre face au commerce tout court, le gros, le méchant, celui des grandes surfaces et des patrons-voyous, du made in china et de la réduction des coûts. Et le petit commerçant est prêt à tout pour se distinguer (entendez pour récupérer des parts de marché, appelées ici clients) de ses gros concurrents, y compris vous exploiter autant qu'eux. Cette menace permanente, à la fois présente et absente (et qu'on peut invoquer à chaque fois que nécessaire), en rappelle d'autres. Les multinationales sont au petit commerce ce que le terrorisme est à la sécurité, ce que le plombier polonais est au travailleur français : un épouvantail facile à agiter et destiné à faire accepter les choses telles qu'elles sont, le commerce le travail et les flics, sous prétexte qu'elles pourraient être pires. En vertu de ça on vous fera venir plus tôt le matin, partir plus tard le soir, on vous fera faire dix trucs en même temps, comme dans une grande entreprise en somme, mais attention c'est pour « *faire vivre la boutique* », rien à voir avec de l'exploitation donc.

Car si les patrons, pardon les gérants, n'hésitent pas à transférer sur leurs employés toutes les petites humiliations qu'ils sont obligés d'encaisser avec le sourire à longueur de journée, ils aiment faire croire qu'il existe entre eux quelque intérêt commun. Des phrases comme « *Ton salaire, c'est le nombre des ventes qui le fait* » laissent à penser que ces accumulateurs de capital du di-

---

<sup>1</sup> Toutes les citations proviennent, hélas, de situations réelles.

manche, bien qu'ils travaillent tous les jours, ne sont pas très bons en économie. Le nombre des ventes fait leur profit, le salaire n'est que le minimum de ce qu'il leur est permis de laisser comme miettes de ce profit. La différence est de taille, et l'arnaque visible de loin. C'est pourquoi on peut 'gonfler' ce chantage au corporatisme par de sombres prévisions du genre : *« Si la boutique coule, c'est toi qui coules aussi »*. Confondre « je » et « tu » est une habitude quand ça les arrange. Une fois compris cela la phrase prend tout son sens : *« Si la boutique coule, tu iras te faire exploiter ailleurs, un peu plus un peu moins peu importe, mais pour moi c'est la chute, le déclassement, et me voilà bientôt obligé de faire la queue devant pôle emploi comme tout le monde, comme TOI! Alors pour m'épargner cette humiliation, travaille dur et surtout rappelle-toi : nous sommes tous dans le même bateau. »*

Si on en croit un de ces gérants aux petites marges, *« c'est de plus en plus difficile de trouver des jeunes qui en veulent »* En vouloir, pas de problème, mais à qui ? Dans la longue liste de ceux qui tirent profit de notre misère, le rôle de ces auto-entrepreneurs en exploitation familiale, de ces boutiquiers-contremaîtres est trop souvent oublié, passé sous silence : *« ça reste à échelle humaine »* dit-on. De l'humain aucune trace au milieu de ces rapports marchands, et la seule échelle visible est celle sur laquelle ils se hissent, à pas de nains, vers la terre promise de l'abondance matérielle et du fric à la pelle qui fait déjà courir, ou plutôt grimper leurs cousins PDG ou actionnaires.

Mêmes méthodes, mêmes pratiques et mêmes objectifs, traitons les tous comme ils le méritent : en ennemis, car ils partagent aussi les mêmes craintes : voir leurs esclaves se retourner contre eux.

**Pillons les marchands, petits ou grands !**