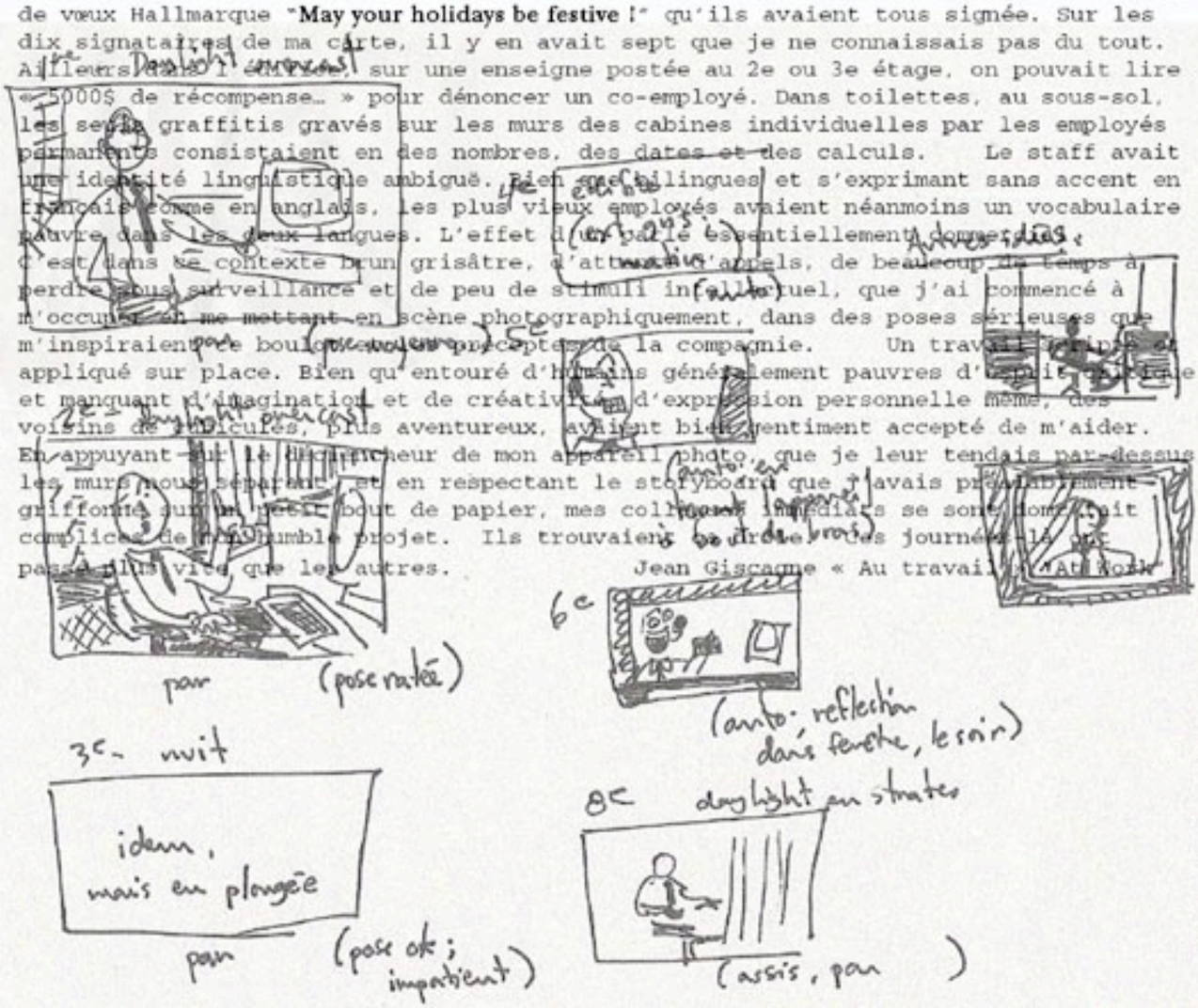
Jean Giscagne « Au travail » "At Work". Du 15 novembre au 31 décembre 1999, j'ai été employé au **International Customer Service Telephone Counter (I.C.S.T.C.)** d'une grande compagnie de service de courrier. Il s'agissait d'un poste temporaire, un contrat de travail de courte durée offert juste pour couvrir le *rush* du temps des fêtes. Je portais le titre de **Customer Service Representative (C.S.R.)** et avait été désigné comme **Operator No. 504**. Mon boulot était de répondre aux appels des clients concernant l'expédition et le transport de colis. C'est-à-dire que je ne faisais seulement que recevoir des appels téléphoniques entrants. Ainsi, il pouvait y avoir de longues périodes d'attente entre les commandes. Mon expérience sur place m'apprit que cette entreprise de messagerie privée, fondée aux États-Unis en 1901 et dont le **brun** est la couleur identitaire, fonctionne avec une organisation quasi militaire. Et qu'on y parle majoritairement en américain. En pieds, en pouces et en livres. Dès leur arrivée, les nouveaux agents au service à la clientèle comme moi devaient y suivre une formation avant d'opérer pour vrai. Dans le cadre de l'**Interpersonal Skills Training**, on nous apprenait que : - « Subjectivité égale négatif, à peu près… », - « C'est l'fun de se lancer des défis soi-même (…) on développe toutes sortes de petits trips », - « La manipulation, c'est amener l'autre à penser comme vous », - « Vous savez des fois on est des vrais paradoxes », - "To better delight our customer, it will be helpful if we are all using the same mental model". Leur philosophie corporative, nous proclamait-on, se structurait ainsi : "OUR CHARTER… *invites all of us to bring our best to the company,* OUR VALUES *Our enduring beliefs,* OUR PURPOSE *Why we're in business* WE ENABLE GLOBAL COMMERCE, OUR MISSION *What we seek to achieve,* OUR STRATEGY *The company's plan of action* SUSTAIN THE CORE CREATE THE FUTURE". Un code vestimentaire nous obligeait, les téléphonistes, à porter en tout temps, même si les clients n'étaient pas en contact visuel avec nous, le **Business Attire for Men** suivant : clean shaven, dark leather shoes (pas d'espadrilles, pas de bas blancs), pantalons, chemise et cravate (except on casual Fridays). J'ai pour ma part fait le choix de porter les mêmes pantalons et souliers cirés noirs, chemise blanche et **cravate brune** tous les jours. Même, et surtout, lors des *casual Fridays*.
Pendant la journée, nous étions surveillés par une dizaine de superviseurs. Ils portaient le titre d'**E.D.A.** et écoutaient nos conversations avec les clients dans le but de remplir les feuilles d'évaluation qu'ils devaient produire sur nous. Ils vérifiaient et contrôlaient aussi nos heures d'entrée et de sortie à notre poste. À la minute près parce que la compagnie nous payait à la minute près. C'est-à-dire en convertissant en nombre décimal les fractions d'heures travaillées. À la fin du contrat, les superviseurs ont donné en souriant, à chacun de nous **C.S.R.**, une carte de vœux Hallmarque **"May your holidays be festive !"** qu'ils avaient tous signée. Sur les dix signataires de ma carte, il y en avait sept que je ne connaissais pas du tout. Ailleurs dans l'entrée, sur une enseigne postée au 2e ou 3e étage, on pouvait lire : « 5000$ de récompense… » pour dénoncer un co-employé. Dans toilettes, au sous-sol, les seuls graffitis gravés sur les murs des cabines individuelles par les employés permanents consistaient en des nombres, des dates et des calculs. Le staff avait une identité linguistique ambiguë. Bien que bilingues et s'exprimant sans accent en français comme en anglais, les plus vieux employés avaient néanmoins un vocabulaire pauvre dans les deux langues. L'effet d'un parler essentiellement commercial. C'est dans ce contexte brun grisâtre, d'attente d'appels, de beaucoup de temps à perdre sous surveillance et de peu de stimuli intellectuel, que j'ai commencé à m'occuper en me mettant en scène photographiquement, dans des poses sérieuses que m'inspiraient ce boulot et les préceptes de la compagnie. Un travail intégré et appliqué sur place. Bien qu'entouré d'humains généralement pauvres d'esprit critique et manquant d'imagination et de créativité d'expression personnelle même, des voisins de cubicules, plus aventureux, avaient bien gentiment accepté de m'aider. En appuyant sur le déclencheur de mon appareil photo, que je leur tendais par-dessus les murs nous séparant, et en respectant le storyboard que j'avais préalablement griffonné sur un petit bout de papier, mes collègues immédiats se sont tout de suite montrés complices de mon humble projet. Ils trouvaient les journées plus courtes, elles passaient plus vite que les autres.

Jean Giscagne « Au travail » "At Work"

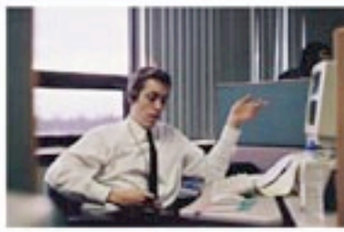


LA CHARTE…
nous incite à donner le meilleur de nous-mêmes.

NOS VALEURS
Nos convictions

NOTRE OBJET
Notre raison d'être en affaires
FACILITER LE COMMERCE INTERNATIONAL

NOTRE MISSION
Ce que nous cherchons à atteindre



NOTRE STRATÉGIE
Notre plan d'action
SOUTENIR L'ACTIVITÉ DE BASE.
CRÉER L'AVENIR.