

Les Cahiers Scientifiques du Transport
pp. 201-220 N^{os} 17-18/1988
Alain TARRIUS, Des transporteurs se racontent : L'omniprésent passé de l'entreprise familiale de transport routier départemental de voyageurs

Des transporteurs se racontent : L'omniprésent passé de l'entreprise familiale de transport routier départemental de voyageurs

Alain TARRIUS
Sociologue, directeur de recherche INRETS et CRET

Le secteur d'activité des transports routiers départementaux s'apprête à vivre une mutation en forme de restructuration. L'existant ne peut se perpétuer : d'autres formes d'exploitation, d'autres structures professionnelles commencent à se profiler. Les entreprises départementales de taille moyenne et de gestion familiale sont particulièrement affectées par des changements d'ordre social et économique qui impliquent des évolutions organisationnelles, commerciales et techniques.

Le moment est opportun pour se livrer avec les transporteurs eux-mêmes à une genèse de leurs pratiques professionnelles, c'est à dire à une reconstitution de leur propre histoire ; la profession doit "se travailler" afin de travailler à son devenir, afin d'aborder les changements déjà amorcés mais jusqu'à présent plus subis que maîtrisés. Qui, en effet, pourrait envisager de telles évolutions en faisant l'économie d'une compréhension de cette culture professionnelle élaborée en trois générations de transmission de savoir-faire et de patrimoines? Comment pourrait-on ignorer que les bases du redéploiement, *adaptation à un contexte social, technique et économique nouveau*, résident dans l'adhésion de cette profession à des stratégies déjà éprouvées à plusieurs

reprises dans un passé cinquantenaire? L'histoire professionnelle est culture et les certitudes qu'elle établit sont, très profondément, à même d'orienter, faciliter ou gêner parfois, les nécessaires prises de décisions. L'ambition de cet article est de présenter d'une part le récit de leur passé sous la forme consensuelle que lui donnent les transporteurs, et d'autre part d'identifier plus précisément, à travers l'énoncé de l'histoire explicitée, les non dits sources de représentations particulièrement présentes dans les conceptions du devenir. Il s'agit de faire oeuvre de compréhension d'une culture professionnelle spécifique, et non, ici et à partir de ces seuls matériaux, de prédire les contours de l'entreprise familiale départementale de transports de voyageurs.

Historiquement, administrativement et économiquement, le département est le niveau territorial le plus adéquat pour analyser le passé de l'entreprise familiale. Le choix du Vaucluse a facilité notre approche. C'est un département moyen : 420 000 habitants répartis en zones urbaines (Cavaillon, Carpentras, Avignon, Orange,...) et rurales (Lubéron, monts de Vaucluse, Ventoux,...). Le nombre d'entreprises y est faible, ce qui a permis de comparer aisément histoires familiales et histoire locale de la profession : 14 entreprises ont leur siège social dans le département. La structure de la profession est intéressante : les entreprises sont de taille comparable (P.M.E. possédant une vingtaine de cars et autant d'employés). Une seule entreprise est dominante, mais non monopolistique (filiale du groupe STAM). Par ailleurs il n'y a eu dans ce département aucune intervention financière des pouvoirs publics jusqu'en 1985. Enfin, l'ensemble de ces transporteurs se sont associés à notre recherche par l'intermédiaire de leur syndicat départemental. La présence de ces professionnels était indispensable à notre démarche; elle lui donne son sens et sa légitimité.

Un "récit type" se dégage des longs entretiens avec des familles de transporteurs. Nous avons en effet rencontré cinq familles dont les activités remontent aux années vingt. Nous avons conversé avec les représentants, hommes et femmes, des trois générations qui se sont succédées à la tête de ces entreprises. Vingt trois heures d'entretien nous ont fourni un matériau très dense. Les nombreuses références partagées à des phases communes de l'évolution de la profession permettent d'identifier un récit que nos interlocuteurs énoncent comme histoire unique. Nous l'exposons dans la première partie de cet article. L'exigence méthodologique de distance au contenu explicite du récit, caractéristique des approches en sciences sociales, nous a conduit à le considérer *a priori* comme mythique et donc à tenter de découvrir, au-delà de sa forme, l'univers des représentations du métier qu'il suggère et qui conditionnent aujourd'hui bon nombre de comportements d'entrepreneur.

En termes plus techniques, les descriptions littéraires (que certains désignent comme "analyse" thématique) n'ont réalisé qu'une première étape de notre démarche : celle qui consiste à identifier et organiser les logiques explicitées par nos interlocuteurs. Cette étape est pourtant

importante : il s'agit de récits de référence, dans lesquels se reconnaissent et se montrent des professionnels. Ils ont l'extrême importance de la "parole dite", acte d'identification premier.

Ensuite nous avons tenté, à l'aide de techniques d'analyse linguistique, de rendre manifestes les logiques profondes, non explicitées, dissimulées par l'énoncé du récit mythique de l'origine et de l'évolution des entreprises. Ce processus analytique réalise l'objet méthodologique de cet article : il peut déterminer le choix de techniques d'analyse sémantique par des chercheurs qui ne disposent que de discours et ne peuvent envisager la longue durée de l'observation de terrain afin de dépasser les significations apparentes. Nous avons eu recours à une technique d'analyse sémantique et structurelle : l'analyse lexicologique. Le présupposé à l'usage de cette technique est évidemment le postulat selon lequel le discours dit tout : ce qui veut être montré comme ce qui se cache (par volonté propre ou par impossibilité de formulation).

1- Les ruptures qui organisent l'histoire de la profession.

Un consensus se dégage des différents entretiens pour proposer un "scénario" de l'histoire de la profession. Ce sont donc les éléments de ce récit historique qui ont valeur de référence collective que nous exposons.

Les créateurs d'entreprises de transports ont vécu l'expérience des deux guerres mondiales comme une ouverture à l'usage civil de techniques et modes d'organisation expérimentés par les armées.

a- Première guerre mondiale.

Fils de transporteurs par fiacres et autres charrettes, ils sont nombreux à faire l'expérience des camions à plateforme pour le transport de masse, à apercevoir la gestion militaire des grands flux et des hautes cadences de rotation. De retour chez eux, démobilisés en 1919, ils se hâteront d'acheter des camions de récupération et de les faire circuler, à travers villes et campagnes, de telle sorte que le plus grand nombre possible de navettes journalières puisse être effectué avec le plus grand nombre possible de personnes. De un à trois aller-retours par jour (jusqu'à 200 km), avec une vitesse moyenne de vingt à l'heure. *Ainsi se dessinent, souvent concentriquement à partir du siège de l'entreprise, confondu avec le garage et la résidence familiale, les zones d'influence du transporteur.* Le premier espace, véritable territoire de référence, est constitué des villages et hameaux voisins, c'est le maillage le plus fin des proximités géographiques et sociales; il est parcouru avec les plus grandes intensité et amplitude. Les incursions sont nombreuses dans le deuxième espace concentrique, celui de la demi-journée, fédérant des bourgs de moyenne importance qui sont encore alors des lieux d'échanges économiques et sociaux indispensables mais

de moindre fréquence (marché hebdomadaire, réparateurs,...) ou de plus haute sélectivité sociale (notaires, administrations,...). Enfin, l'unique aller-retour quotidien permet d'organiser de véritables voyages vers les grands pôles urbains. Il faut partir à l'aube pour un retour au crépuscule ou à la nuit. L'autocar a alors quitté les paysages familiers, accessibles à l'intervention rapide des mécanos (les "garages" le long du parcours sont rares et généralement peu compétents en matière de réparation de ces camions bricolés en véhicules de transports en commun). Les voyageurs sont costumés de ces "habits de la ville" qui sentent la naphthaline des placards de campagne; odeur bientôt mélangée à celles des poussières qui s'accumulent dans les plis des vêtements au fur et à mesure du parcours. Le soir, le transporteur ou son épouse guettent avec impatience le retour au port du véhicule aventureux, dernier arrivé avant la fermeture du garage. Pour quelques courtes heures patrons et employés participent alors aux rythmes de la vie familiale.

b- Deuxième guerre mondiale.

Un seul transporteur a créé une entreprise nouvelle après sa participation aux combats de 1944. Engagé dans les troupes américaines il expérimente le transport spécialisé de masse, l'usage intensif des véhicules ("ça passe ou ça craque, et si ça craque il faut immédiatement aligner un autre véhicule"), la gestion rationnelle du parc et des logistiques. L'entreprise qu'il créera à la Libération sera particulièrement innovante : premiers transports spécialisés du personnel de grandes entreprises, délocalisation des services en fonction des clientèles industrielles (il n'y a plus d'échelle des proximités sociales dans le déploiement territorial), usage intense et renouvellement rapide du parc de véhicules par des achats d'occasion, gestion financière et non plus seulement en bon père de famille. "Un loup dans la bergerie" nous diront de lui plusieurs des transporteurs que nous avons rencontrés. Ce transporteur sera l'objet de relations ambivalentes dans le milieu des professionnels du département : chacun tentera de s'inspirer de ses politiques commerciales, mais sans renoncer à la transmission familiale de l'entreprise, ni au culte de l'entretien scrupuleux du matériel roulant. Ceux qui approcheront de trop près cet entrepreneur, par des tentatives d'association par exemple, le paieront chèrement : l'innovation commerciale ne peut se mâtinier d'archaïsmes... L'image -rejetée- du grand transporteur à vocation régionale, voire nationale, se modèlera alors autour de ce "mauvais objet" (pour emprunter, après celui d'"ambivalence" un nouveau terme au vocabulaire de la psychanalyse) : chevalier d'entreprise, sans origine ni vocation clairement perçue dans le milieu, casseur de marchés et de matériels, chirurgien cynique de ces espaces départementaux qui exigeraient une fidélité sans faille à la satisfaction des échanges de proximité, au lien social local. Pourtant la réalité est dure, et ces qualificatifs se heurtent à la réussite flagrante de cette entreprise. Désormais, dès la fin des années quarante, des pratiques commerciales nouvelles, des changements signifiés par l'ouverture vers de nouveaux marchés,

verront le jour dans de nombreuses entreprises familiales (l'"occasionnel", puis plus tard les transports spécialisés).

c- Les individus qui ont créé des entreprises de transport à partir de ces grandes ruptures des deux guerres ont acquis, fils de transporteurs ou non, la stature des pères fondateurs.

Les transmissions patrimoniales posaient un difficile problème : celui de l'habilitation du successeur, d'un point de vue de la maîtrise des techniques de l'entreprise, bien sûr, mais *combien plus dans la perspective d'une reconnaissance symbolique de la stature de dirigeant*. Ce problème est classique dans les entreprises familiales, quelle que soit leur vocation. Souvent le conflit intergénérationnel suffit à permettre la prise du pouvoir par les héritiers. Il n'en fut rien dans cette profession; un véritable rite initiatique apparut rapidement, qui répétait symboliquement et à l'échelle du cycle de vie individuel, la grande rupture qu'ont connue les fondateurs. Il s'agit d'une rupture, passagère mais nette, du prétendant à la succession avec le milieu familial et professionnel. Un voyage, de quelques mois à quelques années, dans un milieu social et économique différent, hors du Vaucluse, caractérise le terme d'une adolescence passée dans l'apprentissage du métier par immersion dans le milieu familial donc professionnel. Service militaire, expériences nouvelles (ouvrier en milieu industriel, par exemple), seront l'occasion d'une mise à distance et précéderont un retour valorisant auprès des siens. Des éléments de ces expériences seront généralement valorisés dans la gestion de l'entreprise, ce qui désigne ces départs comme toute autre chose qu'une fougade temporaire. La dernière génération (25-35 ans) semble avoir vécu ce désengagement par les études supérieures.

d- Enfin un quatrième type de rupture est signalé : il s'agit d'innovations techniques ou administratives qui auraient permis de nouveaux déploiements des activités.

L'apparition et la généralisation, au début des années 30, de la transmission par arbre, au lieu de celle par chaîne, aurait permis de renforcer le secteur d'activité des grandes excursions : confort et fiabilité autorisaient de tels déplacements ("les cols de fémur des personnes âgées pouvaient enfin supporter nos itinéraires montagnards"). Cette assertion est invérifiable; en effet les activités de tourisme telles qu'excursions et pèlerinages existaient avant le changement de transmission, et se sont développées de façon continue au cours de ces soixante dernières années. De toute évidence elles n'ont pas atteint encore leur maturité : les besoins évoluent, les espaces se contractent, les gains de confort ne cessent de progresser. Disons, plus prosaïquement que le passage de la chaîne à l'arbre permit au conducteur -le patron souvent dans le cas des grandes excursions- de "garder les mains propres" d'huiles et de cambouis. La valeur symbolique de cette innovation renforce particulièrement sa portée technique.

L'apparition de réglementations, entre 1934 et 1938, instituant un minimum de contraintes à l'exercice de la profession, et plus particulièrement au déploiement des concurrences sur les mêmes itinéraires, est signalée comme rupture importante. Désormais propriétaires de "droits" sur des lignes spécifiques, les transporteurs se seraient lancés dans d'interminables Monopoly, selon des logiques d'extension de lignes et de renforcement des territoires de référence. Ces réglementations semblent avoir effectivement assis la valeur de lignes à haute fréquentation, désormais protégées de toute concurrence routière, mais ventes et achats s'étalent sur cinquante années d'activité principalement marquées par la chute lente puis vertigineuse après 1960 des fréquentations. Or, ce dernier point est rarement signalé, et jamais comme une rupture. Là encore la portée symbolique de ces mesures ("nous devenions propriétaires de nos routes, de nos itinéraires, de notre pays, si vous préférez") contrebalance l'importance excessive accordée à l'effet économique.

Les souvenirs qui illustrent la période antérieure aux réglementations sont d'ailleurs assez triviaux : courses en autocars partant du même lieu à la même heure pour la même destination. Remplir son véhicule et respecter les horaires exigeait des conducteurs la mise en oeuvre de stratégies appuyées sur une connaissance poussée de la route et des usagers. Dans la poussière des routes non asphaltées (un transporteur ne donnait-il pas comme instruction à ses chauffeurs d'attacher un fagot de sarments à l'arrière de son véhicule, afin de contraindre les rivaux à se tenir à distance ?) la ruse du conducteur autant que la fiabilité du matériel assuraient de bons remplissages. Temps des pionniers, mythifié comme pour signifier que la bonne entente des transporteurs du Vaucluse est redevable aussi de cette enfance là, de ces quatre cents coups initiateurs de grandes complicités. Peut-être pour faire oublier que les rivalités commerciales sont toujours importantes, autour de l'occasionnel principalement, qui reste la pierre d'achoppement à des pratiques de collaboration économique et financière au sein de la profession.

Les ruptures organisent l'exposé de l'histoire commune mais ne sont pas les seules références communes. La nature familiale de l'entreprise est décrite comme *nécessaire* : le personnel doit être mobilisable en dehors d'horaires prédéterminés, pour parer à un incident technique, pour répondre à une intéressante demande de dernière heure; il doit être capable de la plus grande *polyvalence* professionnelle : conduire, facturer, réparer, accueillir, accompagner et commenter,... L'*éducation* dans le milieu familial professionnalisé est au premier titre garante de cette polyvalence et le lien familial ne permet pas d'échapper aux réquisitions. On ne trouve pourtant guère d'autre parenté que de stricte filiation : l'extension du lien familial se fait en direction des employés, souvent assimilés, avant la deuxième guerre mondiale, à des familiers (socii).

En fait, le mode de gestion du devenir économique ressemble à celui de l'entreprise familiale agricole : l'ainé mâle est premier héritier, sauf lorsque le cadet est premier marié.

L'apprentissage du métier se fait très tôt autant par la maîtrise des outils (ces jeunes de 14 ans qui conduisent en cachette un autobus, comme les fils d'agriculteurs un tracteur), que par l'imprégnation des problèmes de l'entreprise (il n'y a pas de barrière entre la vie professionnelle et familiale : "nous avons eu à digérer, dès notre plus jeune âge, autant de conversations sur l'entreprise que de potages, autour de la même table"). La répartition des rôles professionnels à l'intérieur de la cellule familiale est elle aussi de type agricole. Sur les lieux de travail c'est l'épouse qui s'occupe de nombreuses tâches commerciales et comptables, qui gèrent une part non négligeable des relations avec la clientèle. Ce fait n'est pas nouveau puisque, dès 1920 l'épouse du nouvel entrepreneur de transports rabattait la clientèle vers les autocars familiaux, vendait et contrôlait les titres de transport, s'occupait des relations avec les "correspondants" locaux (haltes-cafés, ...), préparait la nourriture de la table familiale qui réunissait patron et employés, s'informait de la vie sociale et familiale des salariés.

Les propos de nos interlocuteurs responsables d'entreprises sont divergents lorsqu'il s'agit de savoir si la nature du rapport patrons-employés a fortement évolué ces soixante dernières années. Les hommes sont unanimes pour dire que le passage des liens familiaux aux rapports de travail impersonnels s'est produit dans un court laps de temps en 1945-1947 : leurs épouses, et plus encore la responsable d'entreprise que nous avons rencontrée, affirment qu'il n'y a pas eu de rupture, mais une évolution lente et constante contemporaine de celle, aussi constante, des politiques commerciales de l'entreprise. Les explications des uns et des autres ne permettent pas d'en savoir plus. Une longue enquête auprès de conducteurs et de mécaniciens retraités ou en activité, anciens et nouveaux dans l'entreprise, nous aurait peut-être permis de répondre à cette question. Le coût d'une telle investigation et l'incertitude liée à une telle démarche, constamment gênante dans les enquêtes où il est difficile de discerner la part de l'ancienneté de celle de l'âge (à trente cinq ans certains sont "anciens" dans l'entreprise, et un "nouveau" peut avoir la cinquantaine) dans l'expression du sentiment de proximité à l'entreprise, nous ont conduit à soumettre ces propos à la démarche d'analyse lexicologique.

Cette première approche à partir des éléments discursifs recueillis auprès des familles des entrepreneurs, soulève bien des questions, si nous ne voulons adhérer naïvement à la construction d'une histoire apparemment chargée des mythologies de la fondation. Nous avons donc essayé de passer au crible de l'analyse lexicologique les discours des entrepreneurs afin d'en extraire d'autres messages, d'autres analyses peu explicitées, voire peu conscientes actuellement.

2- L'analyse lexicologique : révélation du rôle des femmes (d') entrepreneurs.

L'application de l'analyse lexicologique au discours sur l'histoire de la profession est en soi un objet de recherche méthodologique. Nous ne nous appesantirons pas, dans le cadre de cet article, sur les procédures techniques -fort lourdes- d'analyse, l'objet central de notre recherche étant la mise en évidence du rôle des faits de culture professionnelle dans les évolutions possibles de la conception du métier de transporteur départemental de voyageurs. Il est toutefois nécessaire de préciser que le choix d'une telle technique est lourd d'implications méthodologiques. En effet, tenter en association avec les transporteurs eux-mêmes de faire apparaître des logiques profondes mais non manifestes, peut déboucher sur *une intervention psycho-sociologique de type analytique*; il s'agirait alors d'initier un parcours de "prise de conscience" par le milieu lui-même. C'est agir en premier lieu afin que le milieu professionnel se travaille avant de recourir aux expertises extérieures ou aux outils techniques spécialisés. C'est dire que ce milieu possède en lui des solutions, partielles ou non, à portée de réflexion, aux problèmes de redéfinitions de rôles professionnels. L'association à notre démarche de l'ensemble des transporteurs était donc une exigence première.

a- Répertoires lexicaux

Cette phase de dénombrements qui s'apparente aux classiques "analyses" fréquentielles, ne porte pas sur des thèmes discursifs mais sur des mots (lexiques) liés, dans ce cas, à l'univers professionnel. Réparties sur quatre générations, vingt et une personnes ont alimenté cette approche; chaque fois que possible les épouses d'entrepreneurs ont été interrogées. Un tel échantillon est très vaste pour une approche structurale, puisque nous ne retenons que des configurations lexicales identiques (mettre en évidence chez 8 femmes ou 13 hommes des mêmes structures de lexiques -à 6, 8, voire dix éléments- ne peut relever de hasards discursifs). Ce qui est recherché, dans ces comptabilisations, c'est l'évolution, les différences d'usages selon les locuteurs, selon les phases historiques, selon les dimensions de l'entreprise, etc... La démarche est donc empirique et s'appuie sur l'étude sociologique en cours (entretiens tels que précédemment exposés et observations de terrain). La méthode lexicologique choisie est en effet la plus perméable aux méthodologies sociologiques. Le résultat le plus manifeste de cette première démarche réside dans le constat :

-que les rôles masculins et féminins sont les plus grands différenciateurs lexicaux : comme s'il existait deux univers professionnels étrangers (d'un côté les hommes patrons, leurs pères, leurs fils, de l'autre les femmes, épouses d'entrepreneurs ou entrepreneurs elles-mêmes, leurs filles).

-que les hommes et les femmes répartissent spontanément et identiquement les lexiques professionnels selon ces rôles. Un accord consensus semble donc instauré sur cette division sexuelle des activités.

-que les autres facteurs différenciants (y compris les phasages historiques) ne sont opérants que dans la mesure où ils sont liés à cette partition homme/femme.

A partir de l'ensemble des entretiens nous présentons donc des rubriques lexicales spécifiant les rôles professionnels des hommes puis des femmes entrepreneurs.

-Matériel

Cette rubrique regroupe des familles de termes les plus employés parmi l'ensemble du lexique:

- . hommes : autocar/mécanique/garage/bureaux,
- . femmes : agence/bureau/(autocar) par conducteur.

Les attributs liés à la fonction entrepreneuriale et masculine sont dans cette rubrique 2,8 fois plus nombreux que ceux liés à la fonction entrepreneuriale et féminine; "autocar" est prononcé 12,5 fois plus à propos des hommes. A l'inverse jamais le terme autocar n'est en liaison directe avec ceux de femmes, patronnes; une autre personne masculine de l'entreprise est toujours interposée dans ce type de dénomination. La référence aux bureaux est par contre deux fois plus fréquente à propos des femmes.

- Commercial

- . hommes : transporteurs/constructeurs (autocars) /villes /salons, expositions /agences de voyage /services (différenciés en scolaire, régulier, spécialisé, touristique).
- . femmes : clientèle /services-tourisme-agence /circuits.

Les professionnels du transport, souvent cités à propos des hommes sont absents de l'univers féminin (à l'exception des tour-opérateurs). Les hommes sont associés à des désignations de l'espace faites de pôles urbains. Les femmes par contre sont en tout premier lieu associées à la notion de "clientèle" (absente chez les hommes), et à une conception de l'espace en "circuits". L'analyse lexicologique proprement dite devra donc se pencher sur les structures de représentations à même d'exprimer de telles différences dans les qualifications de la fonction commerciale de l'entreprise.

- Famille

- . hommes : fondateur/père/fils, et employé/mère.
- . femmes : mari/fille.

La référence aux lignées masculines et au fondateur concerne exclusivement les

transporteurs hommes; les femmes, même héritières de lignées masculines sont associées lexicalement aux partages maritaux et à la descendance féminine.

- *Entreprise*

. hommes : conducteurs/mécaniciens; dans les propos se rapportant à la période antérieure à 1940 : collègues/transporteurs/ garagistes.

. femmes : employé(es)/conducteurs/comptable.

Nous retrouvons, pour les hommes, la référence au milieu professionnel patronal et aux employés les plus proches de l'autocar. A signaler : pour les femmes le terme "employé" est aussi souvent au féminin qu'au masculin.

Tous les attributs signalés s'inscrivent dans une grande continuité historique (à l'exception près de "mécanicien" qui n'est utilisé que lors des descriptions de la période précédant la deuxième guerre mondiale). Ce fait vient sérieusement renforcer les doutes que nous formulions plus haut, à l'écoute de l'énoncé phasé de l'histoire de la profession. De nombreuses questions abordées lors de l'analyse littéraire de ce récit historique, se trouvent réactualisées. Matériel roulant, statut de la femme, rôles des salariés, conception du rapport services/ territoires apparaissent désormais en position clef dans notre dispositif d'analyse des structures lexicales.

b- Les mots clefs.

Les mots clefs occupent une position centrale dans le dispositif de structuration du champ sémantique. Choisis à partir des analyses non linguistiques précédentes, c'est à partir d'eux que vont être déterminées les proximités de lexiques (méthode des cooccurrences) qui nous permettront de dépasser l'énoncé des discours pour faire apparaître des significations profondes, souvent peu explicitées. Nous avons retenu quatre mots clefs susceptibles de représenter au mieux les questionnements issus des premières phases de la recherche:

. salarié : les champs sémantiques structurés autour de ce terme sont susceptibles de nous éclairer sur l'évolution des rapports à l'intérieur de l'entreprise. L'exposé du récit historique produit par les transporteurs, comme l'analyse lexicométrique manifestent la possibilité d'un phasage de ces rapports. Trois analyses lexicologiques, donnant lieu à trois tableaux lexicographiques ont été produites : lorsque les entrepreneurs hommes parlent de la période antérieure à 1940, puis de la période ultérieure à 1980 et enfin lorsque les entrepreneurs femmes parlent de la période ultérieure à 1975. Nous n'avons pas suffisamment de matériaux discursifs pour les périodes /1940-1979, hommes et /1924-1974, femmes pour étendre nos analyses au delà

des dates retenues.

. matériel roulant : domaine des hommes selon nos précédentes analyses. Un tableau lexicographique permet de reconstituer l'univers des représentations concernant les rapports des divers acteurs de l'entreprise, des différentes fonctions, à ces fameux autocars, constamment signalés comme points de référence des principaux changements.

. femme : par opposition aux conceptions qui précèdent, le rôle des femmes-entrepreneurs, des épouses, des filles et belles-filles semble plus particulièrement concerner le contact avec les clientèles. Le terme de "commercial" que nous avons testé avant celui de "femmes" se révélait bien moins organisateur d'un champ sémantique concernant le rapport aux clientèles.

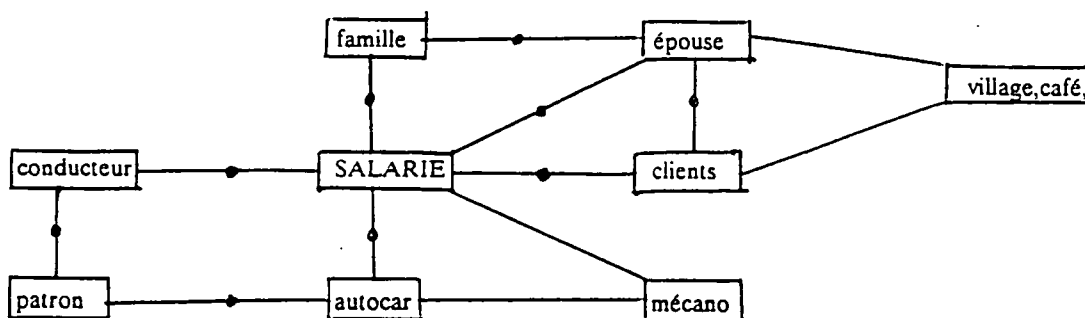
. lieux d'activités : il s'agit d'un terme générique -rarement prononcé tel quel- regroupant les nombreuses désignations des lieux associés aux diverses activités de l'entreprise.

c- Analyse lexicologique : le non dit comme premier organisateur des représentation de la profession.

Les tableaux lexicographiques que nous présentons sont si possible construits de telle sorte que la distance entre les mots traduit l'importance des fréquences de cooccurrences. Par exemple dans le tableau III il existe plus de cooccurrences entre "patronne" et "autocars" qu'entre "patronne" et "agence commerciale". Par contre les traits —●— signalent l'exclusivité du lien entre termes; ainsi, dans le même exemple, si "patronne" et "autocars" apparaissent plus souvent que "patronne" et "agence commerciale", cette dernière association est systématique, un terme entraînant régulièrement l'apparition de l'autre. On verra par ailleurs qu' "autocar" est systématiquement lié à "patron". Ces nuances sont importantes : les lectures des tableaux lexicographiques qui nous conduiront à proposer une organisation des représentations (champ sémantique), manifesteront le passage des proximités fréquentielles aux hiérarchies associatives.

Les matériaux que livre l'analyse lexicologique -et particulièrement les tableaux lexicographiques- sont riches : l'organisation en structure des liaisons entre termes introduit directement à l'analyse sémantique. Il s'agit de lectures de cette structure orientées par les proximités, les réseaux de mots -véritables nouvelles phrases-, les événements, les absences,... L'effort de mise en évidence de l'ensemble des sens possibles pour chaque tableau excède notre projet : nous avons limité l'exercice de lecture aux questions qui ont introduit notre recherche. Nous nous sommes arrêtés par ailleurs aux sens les moins contestables. Les transporteurs eux-mêmes, ou tout autre lecteur, peuvent s'exercer à pratiquer des lectures interprétatives convergentes ou contradictoires. A la façon des lectures opérées sur un tableau d'analyse de données, des conclusions ne sont pas forcément le meilleur produit suggéré par ces démarches. La reformulation de questions ou d'hypothèses revêt une grande importance.

Tableau 1. "SALARIES". Propos tenus par les entrepreneurs hommes, période antérieure à 1940.



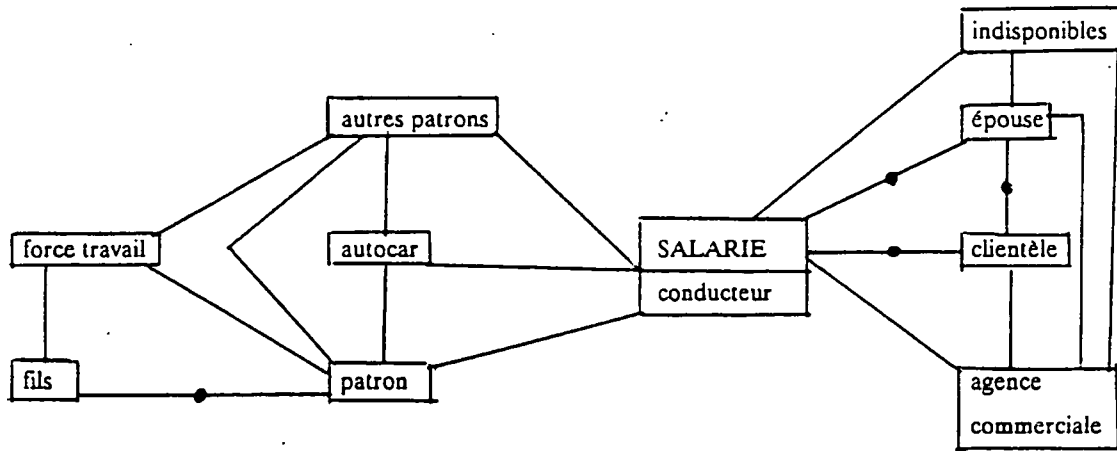
Deux grands ensembles apparaissent dans cette structure simple:

- la relation salarié famille-épouse-clients suggère d'une part un statut de familial (à l'initiative de l'épouse du transporteur) et d'autre part un rôle équivalent à celui de l'épouse en ce qui concerne les rapports à la clientèle. L'épouse manifeste ce rôle dans le village, dans les lieux d'attente de l'autocar et le salarié, assimilé au conducteur, spécifie ce contact dans l'autocar.

- la relation salarié-conducteur-patron-autocar manifeste ce tête à tête patron-salarié médiatisé par le matériel roulant.

L'ensemble de la structure manifeste le rôle privilégié de "salarié-conducteur" : en effet la dissociation "famille-époux" de "patron-homme" impose une image clef du salarié dans l'entreprise. C'est sur lui que repose l'unité même de l'entreprise autour de ses finalités : faire rouler des autocars pour des clients... Le patron fait rouler les autocars, son épouse s'occupe des clients, le conducteur unifie ces deux rôles. Il est à l'intérieur même du dispositif familial de gestion de l'entreprise; c'est la personne la plus polyvalente (mécano, conducteur, commercial, familial).

Tableau 2. "SALARIES". Propos tenus par les entrepreneurs hommes, période postérieure à 1980.



La bipartition précédemment signalée est toujours présente mais renvoie à des significations fort différentes.

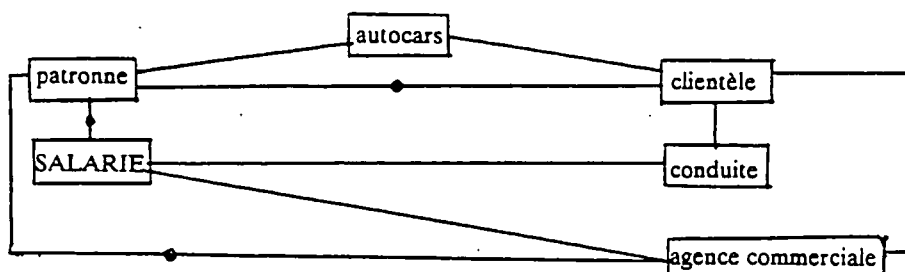
- le statut de familial a disparu, comme le signalaient les propos des transporteurs, mais la relation salarié-épouse-clientèle s'impose comme la plus structurante du champ. Elle est fortement professionnalisée, par le qualificatif commun "agence commerciale", elle suggère un lien professionnel épouse-salarié qui rend l'un et l'autre peu "disponibles" au regard du "patron". Il semble bien que cette indisponibilité soit liée aux initiatives de l'épouse, généralement responsabilisée dans l'organisation des voyages occasionnels, en matière de choix prioritaire de conducteurs.

- le conducteur n'est plus un salarié parmi d'autres mais il existe une confusion entre "salarié" et "conducteur". On peut supposer que le développement du secteur commercial à l'initiative des femmes a radicalement modifié cette "complexité familiale" qui existait précédemment et peut être source de conflits.

- en contrepartie le patron ne se situe plus dans la relation exclusive "conducteur-autocar". Voilà qu'apparaissent comme "force d'appoint" les autres transporteurs (prêts de matériel ou de personnel) et que se manifeste de façon privilégiée la relation "patron-fils". C'est dire qu'à l'abandon de la forme familiale de présence dans l'entreprise manifesté par les femmes dans leur nouveau rôle commercial, les hommes répondent par une solidarité inter-entreprises autour de la fonction "roulement" et par un renforcement du caractère patrilinéaire du pouvoir.

C'est à l'intérieur d'une remarquable continuité que se produisent ces changements. La structure lexicologique des deux tableaux est très proche. Il est clair que l'écartèlement actuel entre fonction commerciale et gestion des matériels roulants était en germe dans la situation antérieure à la deuxième guerre mondiale. Il n'y a pas de raisons pour que cette évolution s'arrête, mais il est évident qu'elle devient source de conflits majeurs.

Tableau 3. "SALARIES". Propos des entrepreneurs-femmes, période postérieure à 1975.



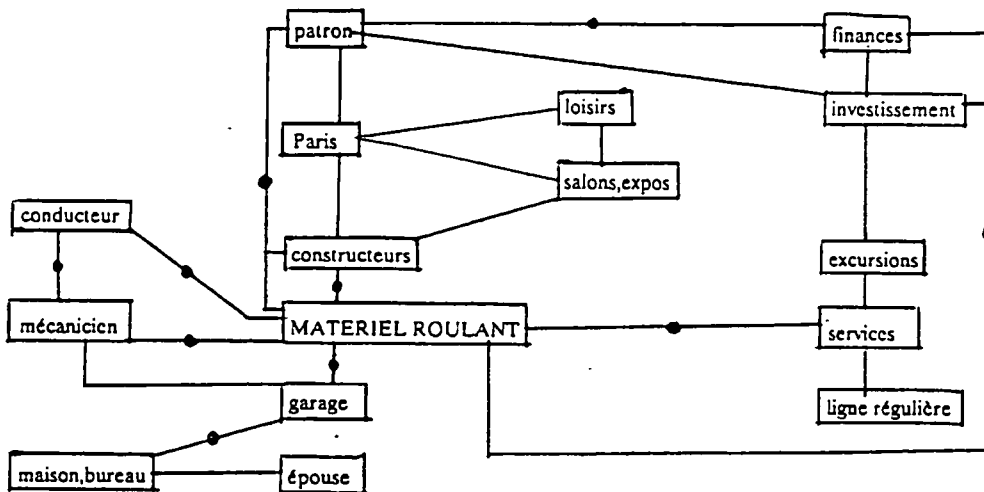
La structure lexicale est unifiée. Les "secteurs" d'activité ne sont plus différenciés en termes de gestion, de rotation des matériels et de commercial. Le salarié n'est pas perçu comme directement en relation avec le client (contrairement aux représentations que développent les entrepreneurs hommes lorsqu'ils abordent le rôle des femmes) mais par ses aptitudes à la conduite.

L'autocar n'est plus cet objet technique possession du patron et du conducteur : la clientèle est associée à son image.

Ces trois premières analyses des champs sémantiques constitués autour du "salarié" décrivent donc à deux titres des positions conflictuelles :

- la première à partir de l'évolution-mutation des rôles masculins et féminins dans la gestion de secteurs différenciés de l'entreprise.
- la seconde, qui oppose les tableaux 1+2 versus 3, manifeste de profondes différences de conception générale de l'entreprise.

Tableau 4. "MATÉRIEL ROULANT". Tous entrepreneurs, toutes périodes.



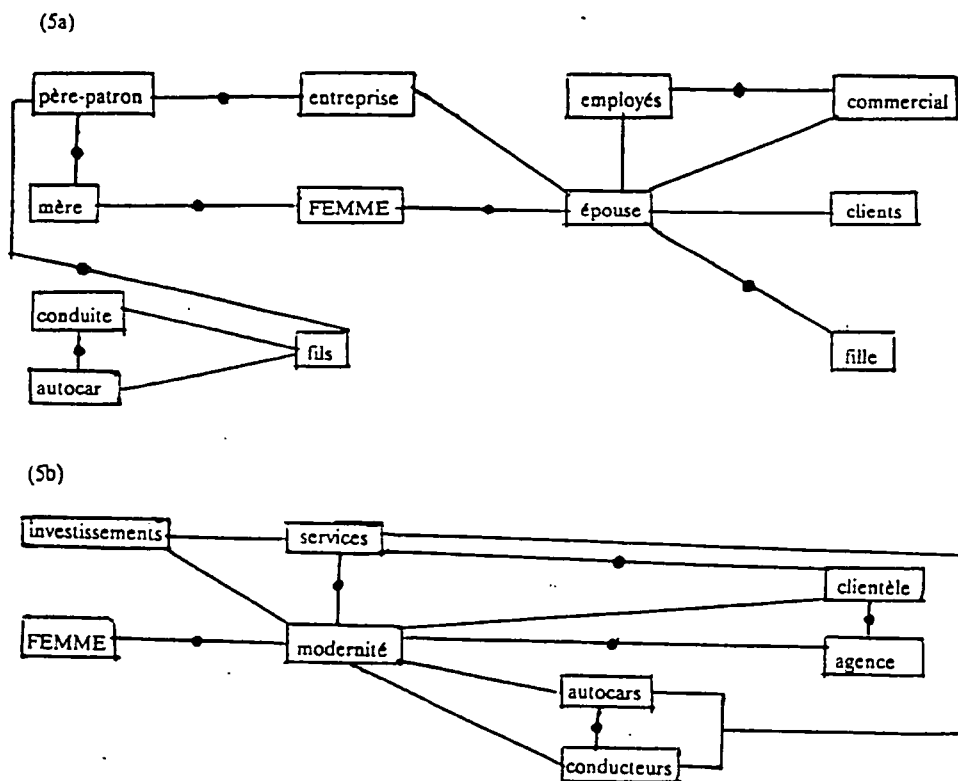
Il s'agit effectivement de l'univers masculin. Nous retrouvons ici des éléments des tableaux 1 et 2 mais affinés. La structure clef, englobant la plupart des qualificatifs est constituée par les liaisons mécanique/conducteur/chef d'entreprise homme/gestion financière. On constate que dans cet univers de l'homme-entrepreneur, les "services" de transport n'ont de statut que complémentaire à "matériel roulant" et "gestion financière-investissement". Les clientèles n'apparaissent à aucun moment. Nous sommes dans une pensée interne à l'univers de l'entreprise, n'envisageant sa finalité que dans la reproduction technique et financière. L'entreprise de transports ne serait pas finalisée autour de sa clientèle.

Nous avons tenté de relever les cooccurrences entre "excursions", "lignes régulières" présentes dans ce tableau ("transports spécialisés" n'a pu être retenu) et clients ou usagers : les rares apparitions simultanées se situent bien en deçà des premiers seuils de signification. Le client individuel est réellement exclu de la logique de constitution des services. Il n'y a pas de demande autre que celle supposée par ce type d'offre. Nous voyons apparaître là une disposition des entreprises de transports que nous supposons dépassée depuis plusieurs années. Nous avons construit un tableau lexicographique concernant ces cinq dernières années : il est essentiellement semblable à celui ci dessus présenté et ne laisse pas davantage apparaître la liaison "services"/"clients". Le terme "agents commerciaux" ne doit pas tromper : il ne désigne que les représentants des marques de matériel; l'activité de choix des autocars est associée au voyage

(Paris) ludique (salons-loisirs).

Enfin un îlot d'archaïsme (si nous nous reportons au discours des transporteurs) : "garage-maison-bureaux" sont des termes très proches. La dissociation entre l'entreprise et le domicile, que nous proposaient les transporteurs dans leur récit n'est pas opérée dans l'ordre des représentations. En fait ce tableau suggère la perdurance d'une citadelle familiale et technique qui n'est explicitement mentionnée que comme caractéristique des vingt premières années de l'entreprise familiale, dans l'entre deux guerres. Cette réalité de l'unité résidentielle famille-entreprise a bel et bien traversé les âges, et les déménagements de résidences que nous avons observés seraient à interpréter comme un réaménagement de cette unité, et non comme une séparation. La délocalisation nette entre les lieux d'exercice de l'activité et la résidence de l'entrepreneur n'est pas encore acquise. On peut supposer que ce fait provoque une gêne certaine pour le passage d'une conception territoriale de l'activité (par zones concentriques autour du siège unique de l'entreprise) à une conception fonctionnelle basée sur le rapport clientèles- types de services?

Tableau 5. "FEMME". Propos tenus par les entrepreneurs-hommes (5a) et femmes (5b) pour la période postérieure à 1975.



La comparaison entre les deux tableaux lexicographiques est source de surprise. A la vision masculine d'une femme-épouse-mère déléguant au mari la marche de l'entreprise et à son fils la conduite des autocars et veillant par ailleurs, aidée de sa fille, à l'occupation des employés en dehors des temps de conduite, les femmes opposent une vision de leur rôle entièrement centré sur le développement de l'entreprise.

Affirmation résolue d'une modernité où la conception des services, incluant des choix d'investissement, est liée aux clientèles et au développement de l'activité commerciale. Aucune allusion à la famille. L'opposition des deux champs sémantiques est d'une brutalité surprenante. On peut supposer que des cloisonnements organisationnels, dans l'entreprise, permettent d'éviter la confrontation de ces deux conceptions antagoniques. Lors de nos rencontres avec les responsables d'entreprises nous avons eu l'occasion de nous entretenir avec un couple mère-fille qui partage la direction d'une entreprise moyenne (veuvage et héritière féminine unique); nous avons approfondi spécifiquement l'analyse de leurs propos (tenus au même moment dans le même lieu) : les termes désignant les parentés sont nombreux mais déconnectés de l'univers professionnel, de telle sorte que le lien femme-épouse-fille-mère est bien présent mis renvoie à un tout autre champ sémantique.

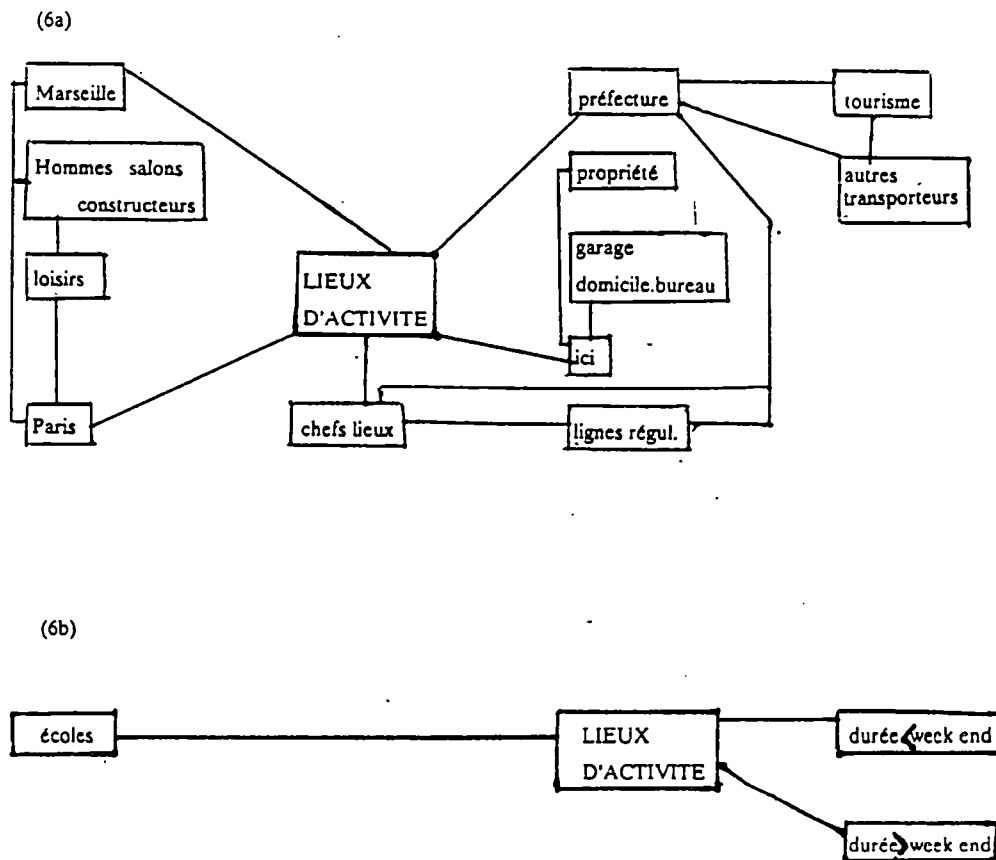
Une convergence se manifeste dans les six tableaux lexicographiques qui précèdent, construits autour de mots clefs aux connotations si différentes : l'entrepreneur homme répète inlassablement les mythologies de la fondation de l'entreprise. Ses conceptions de la direction et des rapports aux autres secteurs de la profession (grandes entreprises, relations avec la puissance publique) s'inspirent toujours des conceptions de l'artisan-créateur des années vingt.

L'entrepreneur femme, au profil professionnel dépossédé généralement d'une légitimité successorale, renouvelle radicalement ces conceptions et développe, seule et apparemment sans écoute, des stratégies à même d'articuler offre et demande. Dépossédée du passé, elle est disponible pour une autre vision de l'avenir.

Dans les deux tableaux suivants on ne relève aucune liaison préférentielle entre termes. Il n'existe pas de lieu, d'activité, ou de modalité d'accès à ce lieu, particulièrement distingués. Les entrepreneurs hommes développent une vision très spatialisée des activités. D'abord le centre, siège de l'entreprise, de la résidence familiale et, souvent, d'une propriété rurale : le "ici" désigne donc un espace intra-familial, relativement étroit (un ou deux villages); ici, tout élément mobilier ou immobilier de l'entreprise ou de la famille reste en grande proximité, quelle que soit sa place dans cet étroit espace. C'est ainsi que la séparation résidence/entreprise, signalée comme point de

repère de l'évolution de la profession par les transporteurs est à relativiser : l'éloignement d'une centaine de mètres est bien moins symbolique d'une rupture que d'une unification territoriale.

Tableau 6. "LIEUX D'ACTIVITE". Propos tenus par les entrepreneurs hommes (6a) et femmes (6b).Après 1975.



"Lignes régulières-chefs-lieux voisins" et "préfecture-tourisme" suggèrent une organisation de l'espace en cercles concentriques, telle que nous l'ont exposée les transporteurs en parlant des premiers temps de l'entreprise. En fait il pourrait plutôt s'agir d'une représentation de l'espace en termes de réseaux sociaux et professionnels. La mention de Marseille et Paris comme lieux de rencontre des constructeurs de matériel roulant et celle d'Avignon pour les autres transporteurs

départementaux, nous permet de supposer que les chefs-lieux voisins sont peut-être signalés comme points de déploiement des relations avec les réseaux notabilaires locaux; il ne s'agit là que d'une hypothèse hasardeuse : aucune référence aux élus ou notables locaux, départementaux ou nationaux, n'a pu être retenue comme significativement liée à un terme concernant l'entreprise.

Plus surprenant, lorsque l'on connaît les a-priori désignant les transporteurs départementaux comme particulièrement liés aux syndicats professionnels nationaux, les termes qualifiant les fonctions syndicales n'interviennent jamais significativement dans les cooccurrences que nous avons relevées. Cela ne signifie pas qu'il n'existe pas de relations, peut-être étroites, mais que les déterminations des transporteurs ne sont sensibles aux conseils ou injonctions de leurs organisations professionnelles, ou des notables locaux, que dans la mesure où ils rencontrent d'abord leurs propres référents, issus de la longue expérience *familiale* du lieu et du transport.

Par contre, et il s'agit là d'une vieille tradition, les constructeurs de matériel roulant jouent un rôle important dans les choix de gestion de l'entreprise. Les tableaux lexicographiques nous suggèrent même parfois que l'évolution des matériaux roulants commanderait celle des politiques commerciales de l'entreprise (vision masculine).

Encore une fois le contraste avec les représentations que développent les entrepreneurs-femmes est important. De toute évidence la notion de "lieu d'activité" est très secondaire pour elles. Le problème semble être l'organisation de services occasionnels de week-end et de transports spécialisés. En fait la conclusion que suggère le tableau 8b est que les femmes traduisent surtout dans l'ordre des temporalités la notion de "lieux d'activité". Nous signalions précédemment que les femmes semblaient avoir accompli ce passage des références territoriales, en matière d'organisation des services, aux références fonctionnelles (types de services par types de clientèles) : ce dernier relevé confirmerait cette assertion.

Enfin, si pour les hommes il existe quelques liens, sans grande significativité entre transporteurs locaux et réseaux syndicaux ou notabilaires, les relevés lexicaux n'en signalent aucun en ce qui concerne les femmes.

Les tableaux précédents et les aller retour entre histoire énoncée et analyses lexicologiques doivent permettre aux lecteurs de formuler de nombreuses hypothèses que nous n'avons pas abordées dans le cadre de cet article. En ce qui nous concerne nous nous contenterons de dire que la femme-entrepreneur nous paraît être l'avenir de l'entreprise, mais que la seule parole audible, celle des hommes, remet en question toute manifestation explicite de cette virtualité. Oui,

le groupe des entrepreneurs départementaux de transport de personnes du Vaucluse doit se travailler dans la mixité afin de préparer une autre écriture de son histoire.

Nous remercions Olivier DOMENACH pour sa collaboration durant la phase d'enquête. Cet article réalise une partie d'une recherche menée en collaboration entre le CRET et l'INRETS. Olivier Domenach est plus particulièrement chargé de l'étude des modalités de transmission du patrimoine (recherche en cours).

Bibliographie méthodologique.

- ZUMTHOR P. Note sur les champs sémantiques dans le vocabulaire des idées Neuphilologiques Mitteilungen.n°39, 1955.
- TRIER J. Der deutsch wortschatz in Sinnbezirk das Verstandes. Die Geschichte eines sprachlichen Feldes. Heidelberg, 1931.
- Das sprachliche feld. Eine Auseinandersetzung. NSWZ 10, 1934.
- REY A. La lexicologie. Paris, Klincksieck, 1970.
- MOUNIN G. Un champ sémantique. la dénomination des animaux domestiques. Linguistique I, 1965.
- MATORE G. La méthode en lexicologie. Paris, Didier, 1953.
- L'espace humain. Paris. La Colombe, 1962.
- Le vocabulaire de la société sous Louis Philippe. Paris-Lille. Droz, 1951.
- TARRIUS A. Une méthode lexicologique adaptée aux petits groupes. In thèse socio.. EPIIE-Paris X Nanterre, 1973.
- TRUPIER P. Travailler dans les transports. L'Harmattan. Paris, 1986