

objectif emploi

SERVICE DE L'ÉCONOMIE ET DE L'EMPLOI
OFFICE RÉGIONAL DE PLACEMENT

BaByliss[®]
PARIS

BaByliss[®]PRO

Cuisinart

Terrail

cerjo[®]

Cerjo à Delémont

Entreprise jurassienne atypique

Harcèlement sexuel au travail

Un kit pour le prévenir

Rédaction technique

Focus sur un métier indispensable

Un kit contre le harcèlement sexuel au travail

Les diverses manifestations du harcèlement sexuel au travail demeurent souvent méconnues. Les PME en particulier peinent à trouver les ressources nécessaires pour se saisir de cet enjeu et mettre en place un dispositif adapté. Rappelons que les employeur-euse-s sont légalement tenu-e-s de protéger la santé de leur personnel et de prévenir le harcèlement sexuel. Dans ce cadre, la Conférence suisse des délégué-e-s à l'égalité (CSDE) a développé à leur intention un kit clé en main gratuit.

L'affaire Harvey Weinstein, du nom de l'un des plus influents producteurs de cinéma américains, qui éclate en octobre 2017, est la révélation par divers médias de harcèlement et d'agressions sexuelles perpétrés par cet homme. Il a été condamné, l'an passé, à 23 ans de prison pour viol et agressions sexuelles sur deux femmes.

Dans le sillage de cette histoire naît le mouvement #MeToo – #balance-tonporc pour son pendant francophone –, une incitation à la libération de la parole des victimes de faits similaires.

Depuis, on ne compte plus les accusations, de femmes principalement – même si des hommes sont également concernés –, pointant du doigt

des professionnels, du divertissement souvent, pour comportements déplacés.

Bien sûr, le harcèlement sexuel ne touche pas uniquement ce secteur-là. Il est une réalité sur le lieu de travail en général, dans notre pays aussi. Raison pour laquelle les bureaux cantonaux de l'égalité se sont penchés sur ce problème (avant #MeToo).

De leur réflexion est né un outil de prévention destiné aux entreprises, sous la forme d'un kit clé en main de prévention du harcèlement sexuel au travail. Il a été élaboré par la Conférence suisse des délégué-e-s à l'égalité (CSDE).

Gratuit et disponible en français, italien, allemand et anglais, il se compose de trois outils :

- un guide, des fiches d'information et une déclaration de principe ;
- deux films, qui permettent une première sensibilisation (l'un vise à reconnaître les diverses manifestations du harcèlement sexuel ; l'autre à faire connaître les obligations de l'employeur-euse ; il s'adresse aux directions, responsables RH et au personnel d'encadrement) ;
- un e-learning (mises en situation pour aborder les moyens d'action possibles, les devoirs et responsabilités).

Ce kit peut être téléchargé sur le site de la CSDE (www.equality.ch).

Texte : Didier Walzer
Voir pages 3 et 8

Entreprises réceptives

Au niveau jurassien, le Bureau de l'égalité est chargé de la promotion et des explications de ce kit de prévention du harcèlement sexuel au travail.

Il a mis sur pied, fin septembre, à Cinemont, une soirée d'information destinée aux entreprises jurassiennes, en collaboration avec le Service cantonal des ressources humaines et la Chambre de commerce et d'industrie du Jura (CCIJ).

Lemo 5 salue la mise à disposition de ce kit. « Nous avons la volonté de bannir de notre entreprise tout type de comportement répréhensible, que ce soit du harcèlement moral ou physique, y compris le harcèlement sexuel », commente Gérard Maret, directeur de cette société delémontaine leader dans la conception et la fabrication sur mesure de connecteurs de précision et de solutions de câblage.

« Il est de notre devoir de direction de s'assurer qu'il n'y a pas de harcèlement psychologique ou sexuel dans l'entreprise, souligne Jean-Marc Bouduban, Directeur des ressources humaines chez **PRECI-DIP SA**, à Delémont (340 collaborateurs-trices), spécialisée dans la fabrication de contacts et connecteurs pour les marchés de l'électronique. Nous disposons d'une personne de confiance, extérieure à la société, à laquelle les salarié-e-s peuvent faire appel si besoin. Une confidentialité totale leur est garantie puisque, lorsque nous réglons la facture de l'intervention, nous ne connaissons ni le nom du collaborateur/de la collaboratrice, ni l'objet de la plainte. Nous sommes tellement réceptifs à la problématique du harcèlement que nous remettons à tout-e nouveau-elle employé-e dès son entrée en fonction les coordonnées de la personne de confiance évoquée, en lui recommandant de la contacter en cas de nécessité. »



Éditorial

À propos du harcèlement sexuel au travail

Par Angela Fleury, déléguée à l'égalité

Vous êtes victime d'attouchements en apparence fortuits, de contacts physiques non désirés, d'invitations non sollicitées, de manœuvres d'approches, suivies de promesses ou de menaces, de remarques ou d'allusions sexuellement blessantes et déplacées, alors oui, le harcèlement est manifeste et cela n'a rien à voir avec un flirt, de la séduction ou une relation amoureuse librement consentie. C'est du harcèlement !

Rappelons que le harcèlement sexuel est interdit en Suisse au sens de l'article 4 de la loi sur l'égalité (LEg) depuis son entrée en vigueur en 1996 et que les employeurs sont tenus de protéger la santé de leur personnel et prévenir le harcèlement sexuel au sens des articles 6, al.1 de la loi sur le travail 328, al.1 du Code des obligations.

Pourtant 80% des cas de procédures ouvertes n'ont pas d'issues

favorables pour les salarié-e-s, car la preuve du harcèlement est difficile à apporter ; le grand travail est de convaincre la personne harcelée de porter plainte, ce qui se révèle être un véritable parcours du combattant dans les rapports de travail employeur/employé-e.

Une enquête représentative en Suisse (Strub/Schär-Moser 2008) montre que 28,3% des femmes interrogées et 10% des hommes ont été une fois au moins harcelé-e-s sexuellement sur l'ensemble de leur vie professionnelle. Bien que cette enquête sur le harcèlement sexuel au travail date de quelques années, ce phénomène reste une réalité en Suisse.

Les entreprises, de leur côté, peinent toujours à trouver les ressources nécessaires pour mettre en place un dispositif efficace en matière de harcèlement sexuel, alors que leur

responsabilité est bien engagée dans pareille situation.

La solution leur est donnée grâce au kit de prévention du harcèlement sexuel au travail, réalisé par la Conférence suisse des délégué-e-s à l'égalité.

Destiné aux entreprises, aux responsables RH et aux employé-e-s, ce kit comprend deux films très courts et une formation d'une demi-heure ; il est un véritable outil pratique qui informe et sensibilise et fait surtout bien comprendre les conséquences néfastes que peut avoir cette problématique pour la santé.

Pour plus d'informations, nous vous invitons à vous rendre sur le site internet de la déléguée à l'égalité entre femmes et hommes : www.jura.ch/ega.

Voir pages 2 et 8

Sommaire N°50 | Octobre 2021

« Nous allons continuer à chercher des produits novateurs en phase avec les attentes du marché. »

Didier Membrez, patron de Cerjo, à Delémont

2

Harcèlement sexuel au travail

Un kit de prévention pour les entreprises

4-5

La rédaction technique

Un métier peu connu et indispensable

6-7

Cerjo, entreprise atypique

Rencontre avec le patron, Didier Membrez

8

Harcèlement sexuel au travail

Témoignages éloquentes



Dans la rédaction technique, il est indispensable de s'adapter au public auquel l'information s'adresse.

Profession : rédacteur·trice technique

Rédactrice·teur technique – quésako ? C'est la femme ou l'homme qui réalise les instructions et descriptifs techniques de nos véhicules, appareils électroménagers, équipements et instruments médicaux, substances chimiques, médicaments, matériels informatiques et logiciels, machines-outils, etc. sur divers supports, de manière statique (imprimé) ou dynamique (réalité augmentée et virtuelle, intelligence artificielle...).

Les documents écrits par les rédacteurs·trices techniques sont destinés aux utilisateurs de divers équipements ou produits, qui doivent pouvoir en exploiter le plein potentiel en toute sécurité. La lisibilité et la pertinence du contenu sont donc

primordiales. «À cet effet, les auteurs·trices doivent savoir se glisser dans la peau de l'utilisateur·trice et comprendre ses besoins en fonction de son profil : quelles sont ses aptitudes linguistiques, sa formation scolaire et professionnelle, son ori-

gine culturelle, ses connaissances et affinités techniques, son aisance avec les formats numériques», explique Yvette Allimann, de Glovelier, rédactrice/traductrice technique et terminologue (chargé de vulgariser les désignations et notions d'un

Lauréate du concours « i4challenge » de BaselArea



Yvette Allimann (62 ans) a eu un coup de cœur pour la (rédaction) technique. «Un emploi de secrétaire dans l'industrie des machines m'a fait découvrir la mécanique et ses branches annexes. J'ai donc accompli une formation de base en mécanique et fait de la formation continue en programmation CNC, électrotechnique et soudage au CEJEF – Centre jurassien d'enseignement et de formation –, avant de me former à la communication technique, à la terminologie et à la traduction technique à la ZHAW de Winterthur (lire encadré Métier en plein essor, page suivante), puis à l'informatique.»

L'an passé, la ressortissante de Glovelier a été l'une des lauréates du concours « i4challenge – Nouvelles Idées » de BaselArea grâce à une approche novatrice de la documentation technique. «Ma méthode permet de s'assurer que l'utilisateur a lu et compris la documentation, de gérer les mises à jour et à niveau et l'accès aux équipements, explique-t-elle. Le public visé n'apprécie guère la documentation technique, qui contient

pourtant des informations essentielles, et il est difficile de s'assurer qu'il a compris les contenus, notamment lorsqu'il est de langue étrangère. Mon projet accorde plus de place à la visualisation et crée de l'émotion par le jeu. L'effet d'apprentissage s'améliore et les instructions ludifiées suscitent moins de rejet. La visualisation permet de vaincre l'obstacle de la langue, ce qui prend tout son sens dans l'intégration professionnelle de personnes de langue et de culture étrangères.»

domaine spécifique, scientifique ou technique par exemple).

Le-la rédacteur-trice technique adapte son style d'écriture au public cible, crée des illustrations parlantes, anticipe les erreurs de compréhension potentielles et fournit les explications techniques nécessaires. « Pour ce faire, il-elle doit être à l'aise avec l'objet documenté et son utilisation, ainsi qu'avec les dispositions légales et de normalisation déterminantes. La documentation technique est en effet régie par des dispositions générales telles que la directive machines de l'Union européenne et la certification CE, les lois suisses sur la responsabilité, certaines normes ISO, etc. À cela s'ajoutent des normes et dispositions spécifiques métiers et les systèmes de normes en vigueur hors de l'Union européenne », détaille notre interlocutrice.

Différentes manières de faire

Dans le Jura, toutes les entreprises qui produisent des équipements ou objets techniques emploient en principe un ou plusieurs rédacteurs techniques ou externalisent la réalisation de leur documentation. Dans de petites structures, il peut arriver que ce travail soit effectué par des personnes sans formation spécifique, qui reçoivent des consignes à l'interne et se forment sur le tas.

La start-up SwissKH à Delémont, active dans l'ingénierie – machines CNC et de décoration manuelles, porte-outils Tripan® – et le consulting, gère justement à l'interne la rédaction technique de ses propres produits et ceux de ses clients. Elle est assurée par le patron, Bryan Gosparini, ingénieur en mécanique, qui se forme au fil du temps. « Dès que nous réalisons un produit, une machine CNC par exemple, la documentation technique de certification CE constitue un passage obligé pour la mise sur le marché dudit produit. Dans le cas précis, hors explications du fonctionnement sur une centaine de pages, ce sont 100 à 300 autres, notamment sur la sécurité, qu'il est nécessaire de rédiger. Ce qui renchérit bien sûr le produit, mais qui assure en même temps un fonctionnement optimal et approuvé. »

Ce travail de rédaction complexe s'appuie sur des directives publiques, qui s'inspirent elles-mêmes de normes non publiques de différentes sortes qu'il convient d'acheter. « Chacune d'elles coûte entre 50 et 2000 francs. Et lorsque l'on sait que, pour certaines machines, il en faut parfois jusqu'à 15... Heureusement qu'après leur acquisition, ces normes sont valables quelques années », souffle le jeune chef d'entreprise.

Du côté de BIWI SA, à Glovelier, entreprise familiale de plus de 300 collaborateurs-trices fondée dans les années 1980 et experte en techniques de moulage, de surmoulage et d'injection de polymères standards ou spécialement développés, la rédaction technique est l'affaire de « notre bureau technique et management qualité, composé d'une demi-douzaine de techniciens. Il établit un répertoire d'éléments standards en français – règles opératoires avec caractéristiques techniques –, basé sur notre historique et savoir-faire. Ces éléments standards, que nous recommandons à nos clients, évoluent régulièrement. C'est pourquoi nous procédons à des mises à jour chaque année », explique le directeur général, Pascal Bourquard Jr.

L'Espace Formation Emploi Jura (EFEJ) aussi intéressé

À Bassecourt, Pascal Docourt, directeur de l'EFEJ, est convaincu de l'utilité de la rédaction technique et y réfléchit sérieusement. Il souhaiterait la pousser à son paroxysme de vulgarisation en la transformant en dessins compréhensibles par tout demandeur d'emploi destinés à l'acquisition, après évaluation, de l'attestation initiale requise en notions de sécurité. « Notre public étant d'horizons et de langues divers, il est essentiel qu'il puisse assimiler facilement et rapidement des informations comme l'emplacement de la pharmacie et son contenu, l'identification des produits toxiques, le comportement à adopter en cas d'incendie, les points de rassemblement, etc., actuellement présentées sous forme écrite. »

Pascal Docourt imagine déjà, ultérieurement, l'extension – adaptée – d'un tel support de communication aux ateliers de formation de l'institution.

On le voit, la rédaction technique, sous différentes formes, a de beaux jours devant elle.

Texte : Didier Walzer

Métier en plein essor

Rédacteur-trice technique est un métier à part entière, à l'intersection de la communication et du monde technique. En Suisse, il existe un brevet professionnel avec possibilité de passer l'examen en français, la matière étant enseignée uniquement en allemand pour l'instant, même si cela devrait bientôt changer. Il y a également un cursus académique qui peut être suivi à la haute école zurichoise en sciences appliquées (ZHAW), sous forme de spécialisation à partir d'un tronc commun en communication multilingue et une formation modulaire en vue d'un CAS (Certificate of Advanced Studies).

Ce métier est relativement jeune et en plein essor en raison de l'obligation légale faite aux fabricants et revendeurs de fournir la documentation produit et aux outils informatiques qui ouvrent de nouvelles perspectives.

Pour Yvette Allimann, « les connaissances métier sont loin d'être superflues pour créer de la bonne documentation technique, mais il faut aussi de solides compétences communicationnelles et de plus en plus de connaissances en informatique ».

Le brevet de rédacteur technique s'adresse aux détenteurs d'un CFC technique qui souhaitent s'éloigner de la production. C'est aussi un débouché pour les professionnels de la technique en réinsertion professionnelle après un accident, une maladie ou une chirurgie handicapante.

www.tecom.ch/fr

Cerjo à la croisée des chemins

L'entreprise delémontaine née en 1950, spécialiste de la vente de matériel de coiffure et de lunettes de soleil, se diversifie. Désormais, elle propose également divers équipements pour la cuisine et s'apprête à commercialiser des produits de beauté. Entre autres nouveautés. Un passage obligé pour sortir de la crise du coronavirus. Rencontre avec le patron de Cerjo depuis le 1^{er} août 1996, Didier Membrez.

Rétrospectivement, l'entrepreneur, qui a racheté l'entreprise à ses fondateurs, indique que Pâques 2020 aurait sans doute été une période faste pour Cerjo s'il n'y avait pas eu le Covid-19. « Il a fait beau 7 semaines consécutivement, mais les magasins étaient fermés. Par conséquent, des dizaines de milliers de paires de lunettes sont restées dans nos stocks. La perte de chiffre d'affaires a été de 100%. C'était dramatique. »

Mars-avril constitue en effet le premier cycle de vente de ce produit, les vacances estivales le deuxième et l'automne correspond aux ventes soldées. « L'été a heureusement été meilleur, mais il n'a pas compensé Pâques. Quant à la troisième phase, ce sont les demi-prix. Total, pour

l'exercice 2020, nos ventes de lunettes ont chuté de 20%. Si le recul n'est pas plus marqué, c'est parce que nous avons particulièrement bien travaillé durant les mois les plus chauds, mieux qu'à la période correspondante de 2019. »

Et les quatre premiers mois de 2021 ont été encore pires que l'an dernier. « La faute au deuxième semi-confinement, puis à une météo exécrable. La poisse, quoi, se désolé notre interlocuteur. À l'issue du premier semestre 2021, les chiffres sont comparables, à 2 ou 3% supplémentaires, à ceux des six premiers mois de 2020, alors que nous aurions dû être nettement en dessus. Une légère augmentation qui n'est pas satisfaisante et très éloignée de nos attentes. Nous vivons

peut-être une embellie à l'automne, avec des produits soldés, mais n'allons, pour autant, pas rattraper la première partie de l'année. »

BaByliss, marque leader

La marque leader, chez Cerjo, c'est BaByliss (gamme publique et professionnelle de matériel de coiffure pour hommes et, surtout, dames – à plus de 70% : tondeuses, sèche-cheveux, brosses, lisseurs, etc.).

Datant des années 60, elle représente 75% du chiffre d'affaires de l'entreprise. Les lunettes et loupes de lecture « pèsent » 15%. Le solde, 10%, se répartit entre Cuisinart (appareils électroménagers haut de gamme pour la cuisine), que Cerjo commercialise depuis 10 ans, et Terrailon



Didier Membrez, propriétaire de Cerjo : « Nous sommes une entreprise atypique pour la région, qui ne vend ses produits qu'en Suisse. Ce qui nous permet de sentir le pouls de la consommation intérieure. »

(pèse-personnes, balances de cuisine, appareils pour mesurer la tension artérielle, d'aide à l'endormissement, d'électrostimulation musculaire, thermomètres à distance...), distribuée depuis novembre 2019 par la société delémontaine.

«L'équipement pour la cuisine a cartonné durant les semi-confinements, se réjouit Didier Membrez. Les gens étant cantonnés chez eux, faire à manger représentait une activité appréciée. Pour BaByliss, ça a été le contraire. Les restaurants fermés, plus besoin de se faire beau/belle pour sortir! Dès leur réouverture, les ventes sont reparties. Nos marques suivent donc les cycles économiques ou naturels. À l'image de nos lunettes de soleil: dès qu'il fait beau quelques jours, elles se vendent comme des petits pains. Ce qui démontre notre proximité avec le consommateur.»

Michelin débarque

Ce deuxième semestre 2021, la gamme d'ustensiles de cuisine Le Guide Michelin, choisis par cinq chefs de la bible culinaire, fait son entrée chez Cerjo.

Un lancement qui coïncide avec l'engagement d'un nouveau responsable des ventes très expérimenté, qui travaillera en étroite collaboration avec le directeur commercial, Matthias Hofmann, qui occupe cette fonction chez Cerjo depuis bientôt 20 ans.

«Pour sortir au mieux et au plus vite de la crise du coronavirus, il m'apparaît important de renforcer la force de vente commerciale», estime le patron. Et ce n'est pas tout puisque la société a encore trois autres marques dans le pipeline.

La première, dans le domaine de la beauté, du bien-être et des soins corporels, devrait être lancée avant Noël. La deuxième, également une marque de beauté, sera présentée au premier trimestre 2022.

Le troisième produit, à découvrir lors du 1^{er} semestre de l'an prochain, lui, concerne les appareils électroménagers. «Il s'agira d'un complément idéal d'entrée de gamme à Cuisinart pour nous qui nous imposons progressivement comme des spécialistes de la cuisine.»

Rebondir

Avec ces changements, Cerjo cherche à rebondir. «Les lunettes, ce n'est plus comme à la grande époque, où nous distribuions des articles sous licence à grande échelle en Suisse. Pour autant, cette marque ne va pas disparaître.»

Le propriétaire de l'entreprise ne s'en cache pas, la situation est difficile depuis deux ans. «Par conséquent, il est indispensable de trouver des alternatives. On a justement profité de cette période pour entamer une réflexion, se réinventer, investir dans l'humain, pour être commercialement au top. Nous allons aussi continuer à chercher des produits novateurs en phase avec les attentes du marché.»

Il précise que ceux qu'il propose actuellement font sens, car ils sont liés les uns aux autres et disposent de deux ou trois fournisseurs. «Les nouvelles marques sont ciblées, de niche, n'ont pas 80 références comme BaByliss. Nous prenons certes des risques, mais pour essayer de repartir du bon pied.»

Distribution tous azimuts

Exclusivement active dans notre pays, Cerjo compte, parmi ses clients, la grande distribution, des chaînes spécialisées dans l'électronique, drogueries et pharmacies, ainsi que des enseignes de beauté et de sport.

Cerjo a aussi ses propres magasins en ligne – un pour chaque marque.

«Parallèlement, nous collaborons étroitement avec les principaux acteurs de la vente sur internet, ainsi que des sites professionnels. L'explosion de ce mode de distribution

s'est produite l'an dernier en raison des confinements et elle se poursuit en 2021. Je pense que les commerces stationnaires vont continuer à souffrir», anticipe Didier Membrez. Par conséquent, dans les 12 à 18 prochains mois, il pense recruter pour la gestion en ligne, la logistique, le marketing et le commercial.

Dans ses locaux delémontains, Cerjo reçoit des produits finis, qui sont conditionnés, assemblés/préparés avant de partir pour le circuit de vente. L'entreprise assure également le service après-vente.

Quant à l'équipe commerciale, elle fait de la prospection sur le terrain et a aussi pour mission de mieux faire connaître la marque.

Pour l'heure, la société compte une petite trentaine de collaborateurs – ils ont été jusqu'à 50 dans les années 2012-13 – et génère un chiffre d'affaires annuel d'une quinzaine de millions de francs.

Face à l'avenir, le patron se montre confiant. «Les mesures qui devaient être prises pour pallier le ralentissement dû au coronavirus l'ont été. Le Covid a été l'élément déclencheur et l'accélérateur pour aller de l'avant. Il y avait quelque chose à changer au niveau du business model, le besoin d'un nouvel élan. Nous en prenons déjà le chemin, mais sommes simplement allés plus vite. Et comme j'ai à mes côtés de fidèles collaborateurs très compétents et multilingues, Cerjo a toutes les cartes en main», conclut Didier Membrez.

www.cerjo.ch

Texte: Didier Walzer

Photo: Agence Bist, Stéphane Gerber

La RHT fort appréciée

Au plus fort de la crise du Covid-19, Cerjo a fait appel deux fois à la RHT (réduction de l'horaire de travail): en mars-avril 2020, soit 7 semaines, et du 15 janvier à fin février 2021. «Durant le semi-confinement, nous n'envoyions plus de représentants sur le terrain. Ce qui n'engendrait aucune commande. Donc, nous n'avions pas à préparer et conditionner les marchandises, explique le patron, Didier Membrez. Dès que les magasins ont rouvert, nous sommes repartis à l'attaque.»

Il souligne que la RHT a été fort appréciée et versée rapidement. «C'est la seule aide dont nous avons bénéficié.»

Quand les langues se délient

Déclarations de personnes victimes de harcèlement sexuel dans le cadre professionnel.

Lara : « Tac, la main sur les seins »

« J'avais un plan des parkings du site. Mon chef me mentionnait les places, je devais les entourer de différentes couleurs. Après un moment, tac, il a mis sa main sur ma cuisse. Je suis restée pétrifiée, je tremblais, ce n'était pas juste la main... Je n'osais même pas regarder, j'avais le regard baissé sur ma feuille. Un petit moment après, tac, la main sur les seins. Je n'ai plus rien entendu, j'ai un peu tourné la tête dans sa direction et, la dernière image que j'ai de lui, est celle d'un homme transpirant, rouge, en érection. Je me suis levée et je suis tombée. Je me suis relevée et j'ai dit : « Ça suffit. »

Je tremblais, il m'a regardée et m'a dit : « Mais je ne suis qu'un homme, il ne faut pas me regarder avec ces yeux-là. » J'ai quitté son bureau. Il n'avait jamais été aussi loin et je me suis dit qu'il ne fallait pas que je reste, car il risquait d'aller encore plus loin. »

Chloé : « Il pensait me faire un compliment... »

« Le jour où j'ai commencé, un de mes collègues a dit : « Chloé n'est pas là pour programmer, elle est là pour faire venir les programmeurs à leur travail. » Et le pire, c'est qu'il pensait me faire un compliment. Cela signifiait que j'étais assez bien pour faire venir un employé au travail avec plaisir. Mais cette remarque a eu comme seul effet de me décrédibiliser aux yeux de mon chef de projet. Pendant un mois, il ne m'a pas donné de travail. »

Gabrielle : « J'avais droit à des remarques gênantes »

« Au départ, j'ai pris les remarques de mon chef à la rigolade, mais rapidement, je me suis rendu compte qu'elles n'étaient pas aussi bon enfant que ça. Par exemple, lorsque j'ai décidé d'acheter une voiture, mon chef m'a proposé de l'acheter au nom de l'entreprise, ce qui m'apportait des facilités. J'ai refusé, car je

voulais rester indépendante. Je ne voulais pas avoir une dette envers l'entreprise le jour où je la quitterais. Je restais lucide. Mon chef me demandait de m'habiller d'une certaine façon lorsque nous devions nous rendre chez des clients. D'un côté, je lui donnais raison, car j'avais conscience que je devais avoir une certaine tenue vis-à-vis des clients, mais, d'un autre côté, je me demandais où se situait la limite ? Surtout quand il voulait que j'ouvre un bouton de mon chemisier, il me disait : « Ça serait plus joli. » Ensuite, chaque fois que je ne m'habillais pas comme il le souhaitait, j'avais droit à des remarques qui me gênaient. »

Témoignages provenant du site d'information sur le harcèlement sexuel au travail www.non-c-non.ch

Voir pages 2 et 3



P.P.
CH-2800 Delémont 1
Poste CH SA

IMPRESSUM

Objectif Emploi est publié par le Service de l'économie et de l'emploi (SEE) dans le cadre de sa fonction d'observation du marché du travail, au service de tous les acteurs intéressés par le marché du travail au sens large. Alimenté par des collaborateurs, ainsi que par des spécialistes ou personnalités invitées, le magazine traite du marché du travail sous tous ses aspects, notamment économiques, sociaux ou encore juridiques.

Rédaction : Didier Walzer, Nicolas Ackermann

Impression : Pressor SA

Tirage : 3500 exemplaires

Parution : trimestrielle

Prix : gratuit

Contact : questions générales, demandes d'exemplaires supplémentaires, modifications d'abonnement, propositions de sujets : didier.walzer@jura.ch ou tél. 032 420 52 10.