

CARRIÈRE

Emploi : le bon look ou la porte ?

Claire Planchard , 01men., le 27/09/2007 à 15h35

Costume sombre ou jean tendance, au bureau, chacun doit jongler avec des codes vestimentaires censés refléter l'image de son entreprise, de son métier ou même de son rang hiérarchique. Décodage.

PHOTOS



Avez-vous déjà vu un banquier ou un commercial sans cravate ? Bien plus qu'un accessoire, c'est un gage de sérieux vis-à-vis de la clientèle.



Il porte un costume et une chemise à col Mao sans cravate, il arbore des lunettes rectangulaires et un catogan : il est, il est ? Architecte bien sûr ! « *Un créatif soucieux de montrer son sérieux à ses clients, qui recherche la synthèse entre une image mi-artiste, mi-ingénieur* », plaisante Abou Ndiaye, sociologue spécialiste des looks professionnels.

Aucun risque de confondre notre architecte avec un directeur financier ! Pour lui, cheveux courts et costume-cravate sombre « *tout en contrastes* » s'imposent : « *Il représente la stratégie de l'entreprise : à l'image de ses dossiers, sa tenue doit être extrêmement soignée* », note Christine Cavel de Courcy, directrice de l'agence de conseil en image personnelle et professionnelle Egostyle. Non, les militaires, les avocats ou les infirmières ne sont pas les seuls à porter un uniforme au bureau !

Le « chic crade » ?

« *Dans beaucoup de secteurs d'activité, comme la banque, l'assurance, la publicité, le médical, il y a des codes stricts à respecter*, confirme Michel Duvail, du cabinet de recrutement Bienfait et Associés. *L'industrie, le monde associatif ou les entreprises du secteur social sont en revanche plus simples dans leurs codes vestimentaires.* » Mais attention au faux détachement et à l'apparent laisser-aller : « *On repère parfois le phénomène du "chic crade", qui consiste à porter un jean délavé avec une veste de belle confection.* »

Au bureau, *piercing*, jeans ou baskets obéissent aussi à des codes. Hymane Ben Aoun, dirigeante du cabinet de conseil en recrutement Aravati France, en a souvent fait l'expérience dans le secteur de la communication : « *Dans les entreprises Internet jeunes, où on est tous copains et où "le travail c'est la vie", pas question d'être tiré à quatre épingles si on veut s'intégrer* », explique-t-elle. Mais le look *casual* des juniors cédera souvent la place au costume-cravate chez les seniors. Où est la logique ?

Un look à l'image du client

« *Un look, ce n'est pas seulement un déguisement, c'est aussi un état d'esprit* », explique Hymane Ben Aoun. Une tenue professionnelle varie donc en fonction du poste mais aussi des valeurs que l'entreprise souhaite véhiculer : « *Pour les postes de commerciaux, il faut absolument un look rassurant, c'est-à-dire qui ne soit pas remarquable* :

à la fois irréprochable et adapté au client cible. »

Les ingénieurs, moins au contact avec la clientèle, seront en général plus décontractés : *« On les reconnaît à leurs cheveux courts, chemisette Oxford : un look classique sport assez factuel, pas trop branché sur la mode à l'image de leur formation »*, relève Christine Cavel de Courcy. En l'absence de code vestimentaire écrit, ce sont généralement les managers qui donnent le ton. Ils expriment implicitement ce qui se fait et ne se fait pas en matière vestimentaire.

La loi du caméléon

Adopter le « bon » look de l'emploi demande donc beaucoup d'observation et un grand sens d'adaptation. Les consultants le savent bien : d'une mission à l'autre, ils doivent être capables de se fondre dans le paysage. *« L'idée, c'est d'avoir une tenue qui correspond à notre rôle et à notre statut, mais de ne pas surjouer non plus le personnage du consultant. Il ne faut pas mettre trop de distance vis-à-vis de son client et pouvoir passer un peu inaperçu dans les couloirs quand on en a besoin »*, confie Camille, consultante en organisation dans un gros cabinet parisien. Et plus on gravit d'échelons, plus la pression monte.

Des marques en guise de galons

« C'est un peu comme à l'armée où l'on ajoute des barrettes sur les épaulettes de l'uniforme : dans la vie civile, ce sera la taille du bureau, mais aussi la marque du costume ou la griffe de la chemise, la montre, la pochette, la cravate, la besace », observe Michel Duvail. Les grands patrons apprécieront les costumes Boss, Cerutti ou Zegna. Les banquiers préféreront Dormeuil, tandis que, pour les *traders*, Gucci ou Prada ajouteront une touche mode.

Afficher sa réussite sociale répond aussi à un art subtil réservé aux initiés : *« Détacher le dernier bouton de la manche de son costume signifiera que c'est du sur-mesure, laisser apparaître une doublure colorée montrera discrètement que l'on est tendance. »* Mais gare à la faute de goût.

Rappels à l'ordre vestimentaire

« En général, ces codes ne sont pas formalisés : on comprend seulement qu'ils existent quand il y a infraction », observe Abou Ndiaye. Le sociologue a d'ailleurs recensé plusieurs cas de licenciements pour cause de « mauvaise » tenue vestimentaire : du bermuda d'un technicien de la Sagem au jogging d'un agent immobilier.

Heureusement, une simple piqûre de rappel suffit en général. Un jeune commercial dans une grande radio privée se souvient encore de ses chaussettes Snoopy qui ont failli lui coûter son poste à la fin de sa période d'essai. Plus tard, une veste bordeaux lui avait valu cet aimable

avertissement : « *On n'est pas chez Darty ici.* » Depuis, il a substantiellement augmenté le budget consacré à sa garde-robe.

« *C'était plus simple de s'habiller il y a trente ans, quand le code se limitait à un costume gris, une chemise blanche et un peu de fantaisie sur la cravate : aujourd'hui, la tenue s'est démocratisée, mais c'est en fait plus compliqué car il y a beaucoup de petits éléments à maîtriser* », confirme Michel Duvail. A l'embauche, le sujet reste un peu tabou : règles de « non-discrimination » obligent.

Mais, dans un contexte de marché de l'emploi très tendu, le look et la première impression prennent de plus en plus d'importance. Il n'est d'ailleurs pas rare que des cabinets de recrutement ou de reclassement recadrent un candidat « *qui ne correspond pas à l'image de l'entreprise* », quitte à faire appel à un *coach*. Certains vont même plus loin : le *must*, c'est d'avoir le look du poste que l'on convoite... pour dans quelques années !

Pas facile de passer au « friday wear »

C'est vendredi, on fait tomber la cravate ? Au début des années 1990, nombre d'entreprises françaises ont adopté la mode américaine du *friday wear*. L'idée : autoriser, à l'approche du week-end, un look plus *cool* et *casual*. Pour le meilleur, mais souvent pour le pire !

« *Ce mélange de vêtements de la semaine et du week-end brouille les pistes entre les différents métiers et échelons, et cela peut être assez désastreux esthétiquement* », confirme Christine Cavel de Courcy, directrice de l'agence de conseil en image personnelle et professionnelle Egostyle. Un costume avec un polo passent encore, mais un pantalon de ville avec des tennis blancs, c'est vite la cata !

Certains salariés ont parfois tendance à faire du zèle dans le genre « décontracté ». Dans d'autres entreprises habituées au costume-cravate, c'est l'excès inverse : le look *casual* devient encore plus codifié que le costume du lundi.

« *A l'heure de la bulle Internet, certains commerciaux de Carrefour ont tenté de se la jouer décontractés, confie un ancien salarié. Pendant trois semaines, tout le monde venait en jeans et baskets sans cravate le vendredi, puis il y a très vite eu une surenchère. Les cadres sup ont adopté le look gentleman farmer avec le pantalon en velours côtelé et le pull sur les épaules. S'habiller pour le vendredi leur coûtait plus cher qu'un costume.* » Pas facile de quitter son uniforme !