



© IMAGE SOURCE

Les bases du Conseil en image (1^{re} partie)

Les enjeux de l'image et le rôle du professionnel de l'image

Cet article inaugure une série de plusieurs chapitres intitulée « Les bases du Conseil en image ». Cette série n'a pas pour ambition de former son lectorat au métier exigeant et rigoureux qu'est le Conseil en image, lequel nécessite une certification professionnelle, mais d'apporter les bases aux professionnels de la beauté et de l'esthétique afin de leur donner des outils indispensables pour, d'une part, comprendre les enjeux de l'image et de l'apparence et, d'autre, part guider une clientèle en recherche de conseils relatifs à son apparence.

Ce premier article a pour objet de sensibiliser aux enjeux de l'image et, partant de là, au rôle du professionnel de l'image, le référent en termes de conseils concernant le comportement et l'image.



PAR AMÉLIE RIGANO ET AUDE ROY



Le rapport à l'apparence aujourd'hui : à la recherche du bien-être

Dans une société où se heurtent des tendances très diverses, voire opposées, en matière d'apparence, un homme ou une femme peut se demander où se positionner quant à sa propre image sur un plan totalement personnel d'une part, mais également sur un plan professionnel, social et culturel.

Une récente enquête IPSOS (« *Apparence, beauté, bien-être : des leviers marketing en mutation* », Rémy Oudghiri) analyse très justement l'évolution du rapport à l'apparence en mettant en évidence actuellement une tendance à l'individualisation de l'apparence : « *le passage du champ du paraître à celui de l'être, à la quête de soi à travers son apparence* ».

Cette approche s'affiche en réaction aux diktats extrêmement rigides des années 80/90 (minceur extrême, jeunesse), puis aux diverses expériences plus ou moins anarchiques tentées pour reconstruire une apparence au début des années 2000, avec un grand nombre d'expériences marketing allant parfois jusqu'à l'excès.

En France, l'ère est donc à la recherche de la conciliation de ce que je suis intérieurement avec ce que je reflète à l'extérieur.

L'homme ou la femme d'aujourd'hui est en recherche de bien-être, de création d'une harmonie interne et externe qui irait au-delà de ce qui paraît aux yeux de l'autre.



La réalité impitoyable de la société

Pour autant, les chiffres actuels démontrent que les discriminations liées à l'apparence sont toujours aussi présentes dans la société. Elles touchent tout d'abord l'individu sur le plan affectif (insultes, moqueries, etc.), mais affectent également la vie sociale (rejet) et professionnelle (discrimination à l'embauche, inégalités salariales). Ainsi, dans un processus de recrutement, l'apparence physique entrerait en compte pour... 53% (enquête SOFRES)! Professionnellement et socialement parlant, le niveau de perte de chances varie énormément selon l'image renvoyée « *Moins l'image est conforme aux normes de la société actuelle, plus les inégalités et discriminations sont importantes* », rapporte Jean-François Amadieu, Universitaire à la Sorbonne, Paris, et Directeur de l'Observatoire des discriminations, lors du 5^e forum professionnel de l'AFIPP (Association Française pour l'Image Personnelle et Professionnelle).

Les personnes les plus touchées par ces discriminations sont les personnes à forte corpulence (particulièrement les femmes), ainsi que celles de petite taille (surtout les hommes).

Rien d'étonnant donc à ce que la plupart des individus restent tout de même conscients de l'importance de leur apparence et de l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes. L'enquête IPSOS précitée rapporte que 41 % des femmes (les chiffres vont jusqu'à 50 % chez les jeunes mères) aimeraient « *se faire conseiller par des professionnels sur leur façon de s'habiller, les couleurs qui leur vont* ».



La professionnalisation de l'image

Face à ces constats, une catégorie professionnelle de « *Conseillers en image* » tente de percer pour expliquer ce qui se joue derrière l'image, tant intérieurement pour un individu qu'extérieurement par rapport à l'image qu'il renvoie à l'autre, et pour permettre à une personne de mettre en œuvre et d'intégrer une image qui soit en harmonie avec ce qu'elle est physiquement et intérieurement, les valeurs qui lui sont propres, ainsi que ses obligations et contraintes sociales. Ces professionnels ont mis en évidence que l'image représente la communication non verbale, qui joue pour 55 % dans la communication.

Partant de ces données, les enjeux de l'image ne sont donc plus seulement esthétiques, mais aussi liés à des notions nobles telles que la parité, l'égalité des chances, l'harmonie et le bien-être, la performance.

Reste que toucher à l'image est un travail délicat qui, mal effectué, peut se révéler destructeur pour une personne en quête de reconnaissance physique, affective, voire sociale. Ces dernières années ont vu apparaître des « *reloqueurs* », dont le jeu était de déguiser une personne en un coup de baguette magique. Certes, sur l'instant, le sourire est au rendez-vous. Mais que reste-t-il le lendemain, lorsque la personne se retrouve seule

L'HOMME OU LA FEMME D'AUJOURD'HUI EST EN RECHERCHE DE BIEN-ÊTRE, DE CRÉATION D'UNE HARMONIE INTERNE ET EXTERNE QUI IRAIT AU-DELÀ DE CE QUI PARAÎT AUX YEUX DE L'AUTRE.

face à elle-même, une coiffure et un maquillage qu'elle n'aura pas su intégrer à son schéma personnel, et face à une garde-robe qu'elle ne saura pas mieux maîtriser, un look qu'elle sera dans l'incapacité de reproduire ? Au

niveau affectif et psychique, pour une personne en mal-être intérieur, les dégâts peuvent être profonds : sentiment d'échec, de culpabilité, d'inutilité. Le Conseil en image, voire le Coaching d'image pour les professionnels qualifiés, vise donc, face

aux enjeux profonds de la question, à prendre en compte un individu, une personnalité dans sa globalité, et à travailler sur l'image de soi permanente que l'on a tous, laquelle est construite sur les trois piliers suivants : image de soi - confiance en soi - amour de soi.

Le travail sur l'image devrait consister en un accompagnement structuré au niveau psychologique : non pas un simple changement extérieur, mais une stratégie de changement intérieur. Or, comme tout changement d'habitude, un travail sur l'image et l'intégration de nouvelles données (exemple : colorimétrie, prise en compte d'un code, appropriation d'un style personnel, etc.) est frustrant, d'autant qu'il renvoie à l'égo, donc à la volonté de l'individu. Et pour dépasser cette frustration et ces hésitations en cours de route, le parcours nécessite un accompagnement solide et outillé auprès d'un professionnel qualifié*.

Le rôle du professionnel de la beauté, de l'esthéticienne

En tant que professionnel conscient des enjeux de l'image et de l'apparence, comment préserver sa clientèle et être en mesure de lui apporter des conseils qui seront constructifs et non blessants ? Les quelques règles suivantes sont des pistes de travail intéressantes

pour les professionnels de la beauté et de l'esthétique.

1/ Comprendre soi-même les enjeux de l'image et de l'apparence

Avant de prodiguer des recommandations à sa clientèle, le professionnel devrait en premier lieu intégrer les données qui se jouent intérieurement pour une personne qui vient demander des conseils... ou qui en reçoit, peut-être même sans les avoir sollicités ! L'apparence, l'image, renvoie à l'égo, à l'amour propre, à l'estime de soi. Il y a un temps pour toute chose. Il appartient au professionnel de faire preuve de non-jugement et de discerner les besoins du client au moment où il se présente dans l'institut. Pour des conseils plus intimement liés à des soucis profonds d'apparence (à moins que ceux-ci ne soient d'emblée sollicités par le client), mieux vaut peut-être attendre de fidéliser la personne, de la connaître davantage en termes de sensibilité dans le but de ne pas la braquer, la complexer et, malgré nous, de lui fermer inconsciemment notre porte.

2/ Non-jugement et bienveillance

Un professionnel compétent fera preuve de bienveillance, d'égards, tant dans ses propos que dans son attitude (regards, expressions, gestuelle), afin que son client ressente la confiance qu'inspire l'absence de tout jugement. Un sourire franc et sincère, une expression agréable et naturelle permettront de mettre à l'aise sa clientèle et de la préparer à recevoir des suggestions constructives.

3/ Des conseils ? Oui, mais constructifs et explicités

Lorsque la situation s'y prête, les conseils d'un professionnel sont très bénéfiques et peuvent apporter les réponses attendues de la part des clients. Mais, peut-être plus que dans tout autre domaine, les conseils propres à l'image doivent être clairs et compréhensibles pour la personne. Nous l'avons développé

plus haut, un conseil présenté sous forme de « relooking instantané » ne sera d'aucune utilité si la personne ne comprend pas pourquoi le professionnel lui recommande telle chose dans le but de l'intégrer à son schéma personnel, ni comment reproduire les conseils donnés. Dans un conseil en image, l'idée sera davantage les acquis que la personne aura intégrés, plutôt que l'allure qu'elle aura en sortant de la consultation. L'essentiel est que le conseil soit pérenne, durable et que l'individu puisse se l'approprier dans son quotidien.

4/ Confiance et fidélisation

Ces quelques règles soigneusement respectées permettront de susciter un climat de confiance et de complicité entre le professionnel et son client, ce qui favorisera la sollicitation de conseils et, par voie de conséquence, sa fidélisation.

L'idée maîtresse en Conseil en image est sans nul doute que l'image, l'apparence, ne sont pas une donnée brute à traiter et « corriger » comme le ferait un artiste pour son tableau présentant quelques défauts. Derrière l'image - bien qu'imparfaite - il y a un individu, une personne, des sentiments, un vécu. Le client qui se présente chez un professionnel est en droit d'attendre de la considération, du respect, bref à être traité dans sa globalité en tant qu'être humain. Après tout, n'est-ce pas dans la diversité que se crée la beauté ? ●

* Pour plus de renseignements sur la Déontologie des Conseillers en Image, voir le site de l'AFIPP, Association Française pour l'Image Personnelle et Professionnelle.