

Peut-on imposer son look au bureau ?



"Loin d'être futile, l'apparence constitue parfois un **atout pour se démarquer** en entreprise."

Maryaline Thériaux, fondatrice d'Image Performance, auteure de "Du relooking au good-looking." (Chronique sociale)

OUI J'ai accompagné un cadre qui, avant chaque entretien d'embauche, se postait devant les bâtiments de l'entreprise pour observer les tenues des salariés et adapter la sienne en conséquence. Cet exemple montre à quel point l'individu cherche à plaire au groupe qu'il souhaite intégrer.

En 2010, la présidente du jury au concours d'entrée de l'ENA, Michèle Pappalardo, déplorait le conformisme des candidats. Frappant dans leur apparence vestimentaire – ils avaient tous endossé l'uniforme de rigueur, costume-cravate et tailleur noir –, ce conformisme se manifestait aussi dans leur incapacité à affirmer une opinion

originale ou à prendre le risque de défendre un point de vue. Le look est en effet loin d'être futile : il peut dévoiler beaucoup d'une personnalité et se révéler un atout pour se démarquer.

Les hommes croient souvent que la marge de manœuvre dont ils disposent est étroite. Or il suffit d'un accessoire, d'une marque fétiche ou d'une couleur récurrente pour créer une sorte d'empreinte personnelle. On peut même affirmer plus nettement sa personnalité et casser les codes. Le tout est de l'assumer pleinement. On évitera en revanche d'être à côté de la plaque, comme cet employé d'une agence immobilière qui venait travailler en jogging ! ■



"Notre tenue doit **refléter le niveau de décision** qu'on incarne et **respecter les codes** en vigueur."

Aude Roy, présidente de l'Association française pour l'image personnelle et professionnelle, auteure de "Donnez une bonne image de vous" (InterEditions)

NON La justice a plusieurs fois approuvé des licenciements en raison de choix vestimentaires (un bermuda dans un cas, un chemisier transparent, dans un autre). Au-delà des questions de droit, il s'agit avant tout de faire preuve de bon sens et de se conformer aux codes en vigueur dans son secteur d'activité.

L'image qu'on donne doit aussi refléter le niveau de décision qu'on incarne. J'accompagne de nombreux dirigeants en période de mobilité. Ils sont conscients que passer, par exemple, de la direction d'une filiale nationale à un poste international nécessite d'augmenter d'un cran les codes visuels

statutaires. D'autant qu'en France les apparences sont importantes. A la différence des pays du nord de l'Europe, où l'on observe moins le look et plus les compétences. Le chiffre d'affaires hexagonal du conseil en image a d'ailleurs connu une croissance d'environ 20% ces dix dernières années.

Pour ne pas commettre d'impairs, il faut commencer par se poser les bonnes questions. Quels sont mes objectifs à long terme ? Cela vous permettra de définir un style pérenne. Qui vais-je rencontrer dans la journée et dans quel but ? Cela déterminera la tenue du jour. Une tenue qui aidera le collaborateur à entrer dans son « rôle ». ■

