



Tenues au travail : restez sobre !

Les codes vestimentaires varient d'une entreprise à l'autre, mais la saison froide ne doit pas être un prétexte pour chausser des après-skis ou porter un bonnet au bureau.

L'HIVER APPROCHE. Au bureau, pourra-t-on oser les après-skis à poil, les casquettes fourrées et les mitaines façon alpage ? « Non, à moins d'avoir de bonnes raisons de le faire, comme une tempête avec 30 cm de neige et un vent glacial ! Dans ce cas, le mieux est néanmoins de les enlever quand on arrive au travail », répond Marie Casel-Douëzy, fondatrice du cabinet Image de marque.

Selon une enquête du site Monster.fr du 1^{er} octobre dernier, 81 % des salariés français n'ont pas de « dress code » imposé, mais 58 % veillent à ce que leur tenue ne nuise pas à l'image de leur entreprise.

« S'ils adoptent des codes vestimentaires, c'est pour être reconnus comme faisant partie du clan », explique Vincent Grégoire, directeur de création à l'agence de style Nelly Roddi. Marc Palazon, président du directoire de la société de services et d'ingénierie informatiques Smile, confirme : « Pour mieux s'intégrer, nos consultants adaptent leur tenue à l'entreprise dans laquelle ils sont détachés. Entre un groupe du CAC 40 et une start-up, les styles varient beaucoup. »

Au-delà de ces règles générales, la tendance pour l'hiver 2010-2011 tient en un mot : modestie. En période économiquement difficile, le tape-à-l'œil — textiles luisants, couleurs pétantes, accessoires clinquants — peut être mal perçu. Le style « classique » reste de rigueur dans de nombreux secteurs comme la banque, l'assurance, l'audit et le conseil : costume, cravate et trois-quarts pour les hommes, tailleur et manteaux pour les femmes. Evitez le noir, sinistre et intimidant. Pariez plutôt sur du gris ou du bleu pour la veste et le bas (pantalons ou la jupe) et des dégradés de mêmes

teintes ou du blanc pour les chemises et les corsages. Dans les autres champs professionnels, les tenues peuvent être plus décontractées. La cravate (non obligatoire) peut être colorée, le collant fait de laine. Les vestes polaires, blazers, parkas et blousons sont généralement acceptés. A proscrire toutefois : le pull tricoté main, le vieux bonnet de ski ou les pompons sur les oreilles. Car, à trop vouloir se faire remarquer, le risque est finalement d'être mal vu. Cela se vérifie même dans les secteurs a priori les plus tolérants, comme la communication et les nouvelles technologies. « Le jean déchiré, même dans la pub, c'est fini ! », souligne Vincent Grégoire.

La fonction commerciale s'arrange de plus de liberté.

Plus de liberté pour les commerciaux

Le costume marron ou beige, la chemise ou le pull avec col roulé de couleur vive sont acceptés. Tout comme la cravate ou les chaussettes à motifs. Seul impératif : le

client ne doit pas se sentir « dominé » ni agressé par la tenue du vendeur. « Elle doit témoigner d'une relation neutre et bienveillante », insiste Vincent Grégoire. Malgré tout, mieux vaut ne pas tenter le diable avec de possibles fautes de goûts comme une chemise bicolore avec un col pelle à tarte pour les hommes ou un pull avec un col en V au décolleté trop plongeant pour les femmes.

Cette règle fonctionne également pour les futurs salariés. Une tenue classique (costume pour les hommes, tailleur pour les femmes) demeure la règle, même si rien n'empêche d'ajouter sa touche personnelle avec une cravate étroite, une jolie montre ou d'élégantes chaussures à talons. Histoire de sortir du lot avec discrétion.

DOMINIQUE FÈVRE

TÉMOIN

▷ **Véronique DURANTHON**, 51 ans, responsable communication à la direction santé, sécurité et système de management chez GDF-Suez, Asnières (Hauts-de-Seine)

« Etre bien habillée, c'est respecter son entourage »

VÉRONIQUE Duranthon l'assure : « Notre groupe ne nous impose aucune contrainte vestimentaire même s'il convient, bien sûr, de rester correct. » Cette responsable communication chez GDF-Suez a occupé différents postes dans des entreprises très diverses : responsable d'une sérigraphie d'art, chargée de marketing dans la cosmétique, directrice clientèle en agence de pub.

« Je n'ai jamais suivi les codes de mes employeurs ou de mes fonctions. Je choisis des tenues et des couleurs qui conviennent à ma personnalité et me mettent à mon avantage. Etre bien habillée, c'est se respecter soi-même et respecter son entourage privé ou professionnel », soutient-elle. Une liberté qu'elle adapte aux différentes saisons, hiver compris : « Je porte systématiquement au moins une couleur tonique et je joue aussi sur les accessoires, sans



Véronique Duranthon porte toujours une couleur tonique et quelques accessoires. LP/Olivier CORSAN

en faire trop : une ceinture, un sautoir ou un foulard. Ces petites touches, qui apportent de la bonne humeur, sont indispensables en hiver quand le ciel est gris », explique Véronique.

Elle a déjà en tête des idées très précises sur les vêtements qu'elle adoptera une fois le froid venu : des robes à manches longues avec des bottes et des collants opaques, par exemple. « Beaucoup de blanc aussi car c'est très lumineux en hiver, ajoute-elle. Par-dessus, je mettrai sans doute une veste légère, ce qui permet de s'adapter à la chaleur des bureaux. »

Si la neige fait son apparition, Véronique est prévoyante : « Je porte de grosses bottes pendant mon trajet, mais je n'oublie pas de glisser une paire d'escarpins dans mon sac que j'enfile en arrivant au bureau. » Pour ne pas dénoter pendant la journée de travail.

EN SAVOIR PLUS

À LIRE

- ▶ « **L'Image de soi** », de Marie-Louise Pierson. Editions d'Organisation, 335 p. 18 €.
- ▶ « **Le Poids des apparences** », de Jean François Amadieu. Editions Odile Jacob Poches. 200 p. 7,50 €.
- ▶ « **Le Relooking et ses techniques. Pour les**

femmes et les hommes », de Joëlle Adam. Editions Dangles. 127 p. 27 €.

À CONSULTER

- ▶ **Tout sur le baromètre Monster « Dress code au travail »** : www.monster.fr (Espace presse, puis Baromètre Monster).

L'AVIS DU COACH

DR.

▷ Par François KLEIN
cabinet Manadoxe**Vous d'abord**

■ Etes-vous jeune ou âgé ? Blond ou brun ? Rousse ou teinte ? Grisonnant ? Les cheveux bouclés, en bataille, ou lisses, et faciles à « coiffer » ? Et vos yeux ? Quelle couleur offrent-ils à vos interlocuteurs ? Votre physique est le premier critère de choix de vos vêtements, pour autant que la manière de s'habiller possède une quelconque importance dans l'entreprise où vous exercez, ce qui est vraisemblablement le cas. Difficile en effet de se

passer de ce code dans un monde du travail où dominent les services, le secteur tertiaire, là où l'uniforme, le bleu, le blanc ou le gris de travail, sont peu de mise.

Bien sûr, la saison, la météo, joue aussi sur votre garde-robe du moment. Mais tout ceci est bien secondaire. Notamment par rapport à la circonstance du jour. Animez-vous ou participez-vous à une réunion ? Si oui, quel est le message que vous vous apprêtez à adresser à vos collègues ou clients ? Un message, ferme, dur, d'autorité...

La couleur sombre, noir, bleu marine, gris anthracite, est de rigueur, mise en valeur, de façon contrastée, par une tâche claire, blanche, pourquoi pas ? La teneur de votre discours est plutôt à la convivialité, à la coopération ? Vous pouvez adopter des teintes plus pastels, des tenues moins strictes, une forme de souplesse vestimentaire.

Dans tous les cas, si vous prenez la parole, n'ayez pas peur de votre lumière. Mettez-vous en valeur. Votre corps, sa parure, comme votre voix ou votre regard, constituent en tant que tel des messages. Que vous adressez aux autres et à votre confiance en vous.