

# Le poids de l'image en entreprise

Les entreprises veillent de plus en plus à leur image. Notre monde est fait d'images et ne pas s'en préoccuper équivaut à se tirer une balle dans le pied.



**Isabelle Vallon Di Fant** est conseillère en image chez Sublimance, société de conseils en image et relooking. [ivallon@netplus.ch](mailto:ivallon@netplus.ch) ou [www.sublimance.ch](http://www.sublimance.ch)

L'image de l'entreprise est un concept global. Elle intègre le logo, la publicité, le contenu et les supports de communication, l'agencement et la décoration des locaux, la qualité de l'accueil, le savoir-être et l'apparence des collaborateurs cadres et direction inclus. On prêtera attention à véhiculer un langage clair qui reflète les valeurs de l'entreprise et qui est en adéquation avec le produit offert. Pour ce qui est de l'image des collaborateurs, on tiendra compte également de la fonction, de la position hiérarchique et dans une certaine mesure de la personnalité.

Certaines professions exigent le port de l'uniforme, alors que d'autres induisent un code vestimentaire prédéfini. Le costume ou le tailleur en milieu bancaire par exemple, qui véhicule une image de confiance, de fiabilité, de sérieux, de droiture... alors que pour certaines corporations l'uniforme d'usage répond avant tout à des normes de sécurité ou de protection contre les salissures, projections etc. (industrie chimique, métiers de bouche, personnel soignant...). La tenue professionnelle transmet malgré elle des renseignements sur le secteur d'activité, les exigences de l'employeur en matière de tenues appropriées, d'hygiène, d'image de son entreprise... beaucoup d'informations qui sont véhiculées par les employés et identifiables par tout un chacun.

## Le look, crédibilité de l'entreprise

L'apparence est directement liée à la culture de l'entreprise. Non seulement elle permet au salarié d'y témoigner son appartenance en y adoptant les codes en vigueur, mais aussi de représenter celle-ci à l'extérieur. Le personnel est la carte de visite d'une entreprise. Il est le trait d'union entre la société qu'il représente et la clientèle au sens large. Les clients préfèrent s'adresser à un interlocuteur soigné et prévenant qu'à un employé qui sent la transpiration et bougon. D'ailleurs, la beauté fait vendre et, les femmes et hommes qui ont un physique agréable, ont plus de chance à l'embauche pour les postes dans la vente, la négociation, l'accueil, la communication... Les employeurs s'y retrouvent puisqu'ils obtiennent plus de succès auprès de leur clientèle.

Le «dress code» offre l'avantage à l'employeur de garantir un certain niveau d'exigence en matière de style et d'hygiène entre autres. Il confère une unité et permet la reconnaissance d'appartenance en plus d'imposer une dynamique visuelle, voire un soutien publicitaire. La «corporate image» valorise l'individu en tant que membre reconnu d'une entreprise. Cet aspect encourage certains à rejoindre une corporation ou une société afin d'en revêtir les couleurs. Souvent valorisant, le costume ou le «dress code» adopté par les employés renforce l'image professionnelle et personnelle.

Qui ne s'est jamais senti boosté par une tenue valorisante? L'employé pleinement confiant que son image correspond à son activité et à son poste et qu'il incarne les valeurs de son entreprise, dégagera une image de confiance en lui et d'ouverture qui lui serviront autant qu'à son employeur.

## Comportements, interactions et image

En dehors des contacts virtuels (bien que...), notre premier rapport à l'autre est une occasion unique de dire aux autres qui nous sommes. Sur la base de cette première interaction, les autres vont décider s'ils nous trouvent sympathique ou non; et inversement. Ce petit échantillon de ce que nous percevons de l'autre représente le 100 % de ce que l'on sait de lui et c'est sur cette base que l'on va se faire une représentation de ce qu'il est. Réducteur, certes! Mais c'est ainsi que cela fonctionne dans les rapports humains. La façon dont nous nous comportons et nous interagissons renforcera ou contredira ce que notre apparence physique dit de nous. Le savoir-être autant que le savoir-vivre parlent en silence.

«La tenue professionnelle transmet malgré elle des renseignements sur le secteur d'activité, les exigences de l'employeur en matière de tenues appropriées, d'hygiène et d'image.»

Isabelle Vallon Di Fant

«En dehors des contacts virtuels, notre premier rapport à l'autre est une occasion unique de dire aux autres qui nous sommes.»

Isabelle Vallon Di Fant

Les règles du savoir-vivre se diluent dans les méandres d'une communication plus rapide et trop souvent virtuelle. Reflet de notre société et d'un monde où tout va trop vite, on en oublie les fondements nécessaires à un rapport aux autres plus fluide et respectueux.

En entreprise comme dans la vie civile, l'apparence fait partie des codes d'usage qu'il est préférable de suivre pour ne pas heurter ses collègues, ses clients ou sa hiérarchie. L'adaptation au contexte est la base du savoir-vivre. Autant en

## La gueule de l'emploi

Pensez-vous que l'apparence d'un candidat va influencer votre appréciation lors de l'entretien d'embauche? «Pas du tout», disent certains, «seuls les critères objectifs entreront en matière». D'autres avouent à mi-mots «qu'effectivement, l'adéquation de l'apparence au poste convoité est un atout». Les recruteurs sont sensibles au «look» du candidat et parfois même bien au-delà de ce qu'ils imaginent. Dès les premières secondes, avant même les premiers échanges verbaux, l'impression globale dégagée par le candidat influera sur la décision finale. Il vaut donc mieux soigner sa mise que son discours. L'impact des aspects non verbaux est considérable. Si l'on reprend l'étude du professeur Albert Mehrabian, 55 % du visage, 38 % de la voix et seulement 7 % du contenu du discours

influencent l'impact que nous avons sur notre interlocuteur. On accorde plus de crédit à la première information que nous percevons sur un individu qu'aux informations ultérieures. Si la première impression est négative, même si des éléments positifs viendraient s'ajouter, elle le restera. Le malaise s'accroît s'il y a dissonance entre le discours et le paraître. La première impression donnée déterminera directement la perception que se fera l'interlocuteur en positif comme en négatif: ne pas donner un ton positif, c'est donner un ton négatif. L'apparence vestimentaire permettra, à compétences égales, de départager deux candidats. Bien que certains le réfutent arguant que c'est un critère futile, l'apparence est aujourd'hui un élément indissociable des critères de sélection.

connaître les règles pour en jouer et s'en distancer si nécessaire.

Les règles du savoir-vivre en entreprise diffèrent du savoir-vivre mondain. Elles intègrent une autre hiérarchie des interactions et d'autres codes. Leurs usages permettent d'huiler les rouages dans un contexte professionnel et de faciliter certaines transactions notamment lors de négociations avec la clientèle.

De plus en plus d'employeurs se soucient du bien-être de leurs collaborateurs. En proposant des prestations qui contribuent à réduire le stress et améliorer le confort physique et psychologique de leur staff. Par effet de halo, cela participe aussi au rayonnement de l'entreprise. Des salariés soignés et bien dans leur peau seront plus à même de participer au développement de leur entreprise et s'impliqueront davantage.

Isabelle Vallon Di Fant

## En adéquation avec les valeurs, le poste et la personne

Votre technicien informatique sent la transpiration? Votre commercial ne connaît pas les règles de savoir-vivre en clientèle? Votre réceptionniste se maquille comme si elle sortait en boîte? Vous souhaitez améliorer l'image de vos collaborateurs, mais ne savez pas comment vous y prendre? Autant de situations rencontrées en entreprises qui priment autant l'employé que l'employeur. Dans ma pratique professionnelle, je suis régulièrement confrontée à ce genre de challenges. Lorsque j'interviens à la demande de la direction ou des RH, ma pre-

mière préoccupation est de définir les problèmes qui se posent à eux et quels sont leurs souhaits. Mon objectif est d'apporter des solutions pour y remédier et proposer une solution qu'ils choisiront parmi plusieurs prestations à disposition. L'intervention peut prendre diverses formes: séminaires, conférences, ateliers à thèmes, coaching individuel, élaboration d'un «dress code». Toujours en adéquation avec les valeurs de l'entreprise, le poste occupé et le respect de la personne. Chacun y gagne en valorisation et en confiance en soi.

Annonce

Rendez-vous au Salon RH Suisse à Genève  
Stand numéro E.06

 **Ticket  
Restaurant®**

**So simple. So good.**

L'indemnité repas pour les collaborateurs

- Augmente leur pouvoir d'achat
- Economise des charges sociales
- Valorise l'image de l'entreprise

 **Edenred**

[www.ticket-restaurant.ch](http://www.ticket-restaurant.ch)