

Économie & entreprises

Les codes du vêtement au travail

À moins d'être nageur sauveteur, venir en short au boulot reste un tabou. Si la cravate se desserre dans les banques, la tenue de travail reste largement codifiée.

Fini les claquettes et le short de plage. Avec la rentrée et le retour du chef revient aussi la « bonne » tenue au travail. Même pour ceux qui ne sont pas partis, le look estival et la tolérance en période de canicule sont à ranger au placard.

Car si l'on assiste à un relâchement des obligations vestimentaires, le milieu professionnel n'est toujours pas un espace de folle liberté stylistique. « *Le vêtement définit la fonction de chacun*, rappelle Ginette Francequin, membre associé du laboratoire interdisciplinaire pour la sociologie économique (Cnam/CNRS) (1). *On parle bien de "corps de métier", et cela passe par la façon dont on se vêt.* »

Dans les métiers dangereux, pas trop d'hésitation devant les armoires. Il n'est pas question de « venir comme vous êtes », la sécurité et l'hygiène l'emportent sur la mode. Casques, chaussures renforcées, masques de protection et blouses ou bleus de travail habillent les ouvriers du bâtiment ou de l'industrie depuis plus de cent ans.

« *Au-delà des équipements de protection, tous les vêtements de travail affichent des matières et des finitions plus solides et résistantes que dans le prêt-à-porter classique* », décrit Stéphane Coulon, dirigeant du cabinet de conseil Vetanova. Les tenues des hôtes de l'air sont par exemple recouvertes d'un revêtement anti-tache, pour éviter le désastre d'un café renversé en pleines turbulences. « *Les matières sont de plus en plus techniques et favorisent le confort* », poursuit le conseiller en vêtement professionnel.

Lorsqu'elles sont imposées par l'entreprise – qui a aussi l'obligation de laver ou de fournir une prime d'entretien –, les tenues servent aussi d'image de marque. Le tablier des vendeuses en boulangerie laisse flotter l'illusion qu'elles viennent de mettre les mains dans la farine, quand bien même elles sont cantonnées derrière la caisse.

« *Le vêtement est devenu un vecteur de communication externe*, reconnaît Alexandra Avram, directrice marketing chez Lafont,

fabricant de vêtements professionnels. *Mais ces tenues sont portées de huit à douze heures par jour, elles doivent être valorisantes et non transformer le salarié en "homme-sandwich".* » L'époque des uniformes aux cou-

leurs criardes et à la coupe douce est terminée.

La situation est encore plus particulière dans l'habillement. « *Dans le haut de gamme, le noir est de mise, car il évoque le luxe et "gomme" le vendeur pour faire place au produit*, analyse Agnès Ceccarelli, professeure associée à l'ICN Business School. *Mais dans les grandes chaînes, les marques ne fournissent pas d'uniformes, car le personnel, souvent renouvelé, est plus jeune et attaché à l'individualité.* » Reste que les clients ont besoin de reconnaître rapidement un salarié. Il est toujours gênant d'apostropher quelqu'un pour demander le rayon des ceintures et de s'entendre répondre « *je ne travaille pas ici* »...

Même si l'entreprise ne fournit pas de tenue, il ne faut pas s'imaginer libre de venir en short et tee-shirt punk. L'exemple le plus connu est celui des banques et assurances, où le costume-cravate se décline à l'infini. « *Le costume restreint le mouvement et accentue les épaules, donnant une apparence posée, rassurante, dans ces métiers où la sobriété est de mise* », diagnostique Agnès Ceccarelli.

La cravate, elle, commence doucement sa disparition et se réserve pour les rendez-vous extérieurs ou les réunions. Chez Edmond de Rothschild, un collaborateur confie que l'obligation s'est assouplie : « *L'époque nous amène à plus de simplicité et ne pas porter la cravate n'empêche heureusement pas l'élégance, mais cela ne doit pas être le début du laxisme vestimentaire!* »

Faut-il alors voir les startupers et autres salariés du numérique comme de dangereux anarchistes de la mode? Dans la Silicon Valley,

Suite page 14. ●●●

« *Dans le haut de gamme, le noir est de mise, car il évoque le luxe et "gomme" le vendeur pour faire place au produit.* »

●●● Suite de la page 13.

gagner des milliers de dollars n'empêche pas de se promener avec un tee-shirt affublé d'un message humoristique et des baskets usées aux pieds. C'est même devenu un nouvel uniforme, symbole de ces entreprises moins corsetées où la hiérarchie est moins présente et la créativité une compétence valorisée.

En réalité, « *il s'agit d'une fausse décontraction* », estime Ginette Francequin. *Même ces cadres s'affichent tels que la société les attend.* » Si vous êtes un graphiste dans la pub, venir en costume-cravate ne renverra pas vraiment l'image d'une créativité débordante.

Et le style « casual » n'est pas réservé au soleil californien et à ses Steve Jobs et autres Mark Zuckerberg. Même en France, pays de la haute couture, certains patrons se sont imposés sans costume-cravate, tel Jacques-Antoine Granjon, fondateur du site vente-privée.com, et son allure de rock star.

Mais tous ceux qui se permettent de casser les codes vestimentaires ont deux points communs. Leur position hiérarchique d'abord : il est plus facile de venir au bureau avec un tee-shirt à clous quand c'est vous le patron. « *Si vous démarrez, mieux vaut coller au code de l'entreprise pour vous intégrer* », conseille Agnès Ceccarelli.

Et ensuite, il s'agit presque exclusivement d'hommes. Irene Rosenfeld, la PDG de Mondelez

International, ou Isabelle Kocher, à la tête d'Engie, ne prennent pas la parole en public avec un tee-shirt échancré ou même un jean. Pour les femmes le tailleur ou la robe longueur sous le genou restent des essentiels du milieu professionnel.

Cette inégalité de traitement est régulièrement dénoncée par les principales concernées. Au Japon, les femmes se mobilisent depuis le début de l'année contre le port obligatoire des talons hauts dans certaines entreprises. Le mouvement baptisé « Kutoo » (de *kutsu*, chaussure, et *kutsuu*, douleur) souhaite qu'une loi vienne interdire cette injonction. Mais pour le ministre du travail japonais, la pratique est « *professionnellement nécessaire et appropriée* ». Au travail comme ailleurs, les diktats de la mode ont la vie dure.

Audrey Dufour

(1) Auteure de *Le Vêtement de travail, une deuxième peau*, Érès, 2008, 280 p., 25,50 €.

*Au Japon,
les femmes
se mobilisent depuis
le début de l'année
contre le port
obligatoire des talons
hauts dans certaines
entreprises.*

Les codes du vêtement au travail

« Si vous démarrez, mieux vaut coller au code de l'entreprise pour vous intégrer. »

Image non disponible.
Restriction de l'éditeur

Les vêtements de travail revêtent aussi une fonction de protection. Dominique Delpoux/Agence VU

repères

Et le signe religieux dans tout cela?

La liberté de se vêtir à sa guise au travail n'est pas une liberté fondamentale, rappelle la loi, l'entreprise peut donc imposer une tenue

ou des critères vestimentaires.

Le port d'un signe religieux peut être interdit lorsqu'il contrevient à des règles de sécurité et que cette interdiction s'applique sans distinction à tous les salariés.

Il peut aussi être interdit pour les salariés au contact

de la clientèle si le règlement intérieur comprend une clause de neutralité.

Les tenues dissimulant le visage sont interdites pour les salariés travaillant dans un lieu ouvert au public ou dans un organisme chargé d'une mission de service public.