

# L'Image "Juste"

*"Donnez une vraie et bonne image de vous", c'est le livre récemment écrit par Aude Roy (\*). Mettant à profit ses 15 années de stylisme dans la haute couture, elle prodigue aujourd'hui des conseils en image auprès des entreprises et particuliers. En sur-mesure.*

## TROUVER LA VRAIE CORRESPONDANCE ENTRE CE QUE L'ON EST ET CE QU'ON VEUT PARAÎTRE

En France, ce travail sur l'image personnelle date des années 80. Juste après les années du show-business triomphant, marquées par la publicité et la politique spectacle. On a pris alors conscience qu'il devait absolument avoir une relation vraie entre l'être et le paraître. Les hommes politiques ont eu, à ce moment, des conseillers dont le rôle était non seulement d'assurer leur communication au sens large, mais aussi de veiller à ce que gestuelle et aspect physique soient en relation avec leur fonction et leurs convictions.

Tout naturellement, les grands industriels et chefs d'entreprise ont suivi, puis le monde de l'entreprise en général. Le métier de Conseil en image s'est spécialisé à ce moment-là. Le coach est à la fois écoutant, confident, traducteur de caractère, styliste, révélateur de beauté. Aujourd'hui, tout le monde est concerné par cette démarche parce qu'elle n'a qu'un objectif : obtenir une harmonie parfaite entre ce que vous êtes et ce que les autres perçoivent de vous. Le métier de "coach" ou de conseil en image est mis dans la lumière par la télévision et la presse parce que les résultats obtenus sont parfois très spectaculaires. C'est une profession désormais organisée.

## ÉTABLIR UNE RELATION SINCÈRE

Chaque personne est unique et a des attentes qui dépendent de sa vie personnelle et professionnelle. Cerner une personnalité demande de l'écoute, de la compréhension. Donc, du temps... Pour définir l'essentiel de la problématique de chacun : si il s'agit de l'image, de la présentation, du look, du style, de la capacité à séduire ou à entrer dans le rôle, la peau de telle ou telle fonction professionnelle. Le plus souvent, ce sont les entreprises qui envoient des personnes pour un coaching, un accompagnement individuel ou qui souhaitent sensibiliser leurs collaborateurs à l'importance de l'image.

(\*) Édité chez InterEditions

## CHAQUE FONCTION A "SON" VÊTEMENT

Parce que nous endossons successivement différents rôles dans notre vie, et de la même façon qu'un homme n'utilise pas le même vocabulaire selon qu'il parle à son fils de 3 ans ou qu'il s'adresse à ses collègues de bureau, il n'a pas non plus le même comportement ou la même image à donner pour ces différents interlocuteurs. Une femme ayant un poste de manager adoptera des codes vestimentaires et comportementaux différents à la maison (où elle est épouse et maîtresse de maison) et en entreprise (où elle dirige et doit s'imposer).

## ASSOCIER SON IMAGE À SON PRINCIPAL MESSAGE

Il faut se poser la question des objectifs de communication : quels sont les messages que j'ai envie de passer grâce à mon image ? Un message d'exemplarité, de crédibilité, de rigueur, de créativité...

Et vérifier que les vêtements que l'on porte répondent vraiment à ces objectifs. Êtes-vous bien certain ou certaine que votre image parle bien de vous et pas d'une autre personne ? Êtes-vous certain qu'elle ne vous trahit pas ? Pliez-vous aussi à un petit exercice : laissez-vous prendre en photo dans vos vêtements favoris de face, de profil et de dos. Et regardez, avec honnêteté, si l'image est conforme à ce que vous avez envie de dire de vous, si elle est conforme à ce que vous attendez des autres...

## CONSEILS POUR UN ENTRETIEN D'EMBAUCHE

Ne portez pas une couleur que vous n'aimez pas, un vêtement dans lequel vous vous sentez mal à

votre aise. Si c'est possible, allez faire un tour à la sortie de l'entreprise pour visualiser les codes vestimentaires pratiqués, allez sur le site internet de l'entreprise pour connaître ses valeurs et sa culture. Enfin, mettez vous dans la peau de celui qui va vous recevoir : en inversant ainsi la situation, vous serez plus convivial et plus détendu. Regardez toujours votre interlocuteur dans les yeux et, surtout, ne soyez pas avare de sourires : on n'a jamais embauché quelqu'un « qui fait la gueule » !

## Une étudiante un peu effacée



*Dans très peu de temps Nancy, 22 ans, aura achevé sa formation de graphiste. Elle espère rejoindre une agence renommée et commence à envoyer ses CV.*

*Mais elle sait que son allure d'adolescente, ses jeans, ses pulls amples et sexuels ne sont pas ce qu'il y a de plus convaincant pour décrocher ce poste.*

*Nous avons donc travaillé sur les deux mots revenant chez tous les DRH consultés pour l'occasion : Créativité et Volonté... Auxquels nous avons ajouté celui de "maturité", pour estomper la flagrante jeunesse de notre candidate.*



**Après :  
Une jeune femme  
conquérante.**

Allure déterminée, joie de vivre évidente : notre joli modèle d'1,63 m apprécie le changement ! Les pieds glissés dans des escarpins de hauteur raisonnable, elle prend de la hauteur, mais sans suffisance. Les beiges trop fades et les gris ont été d'emblée éliminés : ils auraient terni son teint, banalisé sa silhouette et surtout auraient semblés trop conventionnels. Elle porte un top couleur paprika, mais le vert anis comme le bleu dur pourraient tout aussi bien se marier avec sa carnation assez pâle et ses yeux noisette.



*Avec un carré très effilé et une frange qui arrondit son visage un peu long, Nancy fait passer un message à la fois rassurant et volontaire.*

*La tonalité de l'ensemble, chocolat, avec des lignes fluides - crêpe ou cuir souple - est sombre mais pas sinistre et s'accorde mieux avec ses cheveux châtain que n'aurait fait le noir.*

*L'accessoirisation est capitale : elle permet d'accentuer la féminité, l'originalité et de donner la note fantaisie qui correspond bien à son futur job, tout en marquant l'esprit du recruteur. Avec son sac ultra-kitsch dans lequel elle va pouvoir mettre son book, son bérêt gentiment asymétrique, elle va tous les impressionner !*

**Bientôt : Graphiste en agence**

Ci-dessus :  
Veste en agneau - CAROLL.  
Bérêt orange - OLD ENGLAND.

Ci-contre :  
Ensemble pantalon  
en crêpe polyester chocolat,  
Top encolure V en fibres de bambou, escarpins  
à talons et fines boucles,  
le tout chez CAROLL.  
Sac "Epogneux" et gants en agneau  
OLD ENGLAND.





### Avant, une kyrielle d'erreurs !

- Les cheveux frisotent dans le cou et font apparaître la calvitie encore plus visiblement.
- La double barre sourcils + lunettes ringardise le visage.
- Une barbe de 8 jours, mal ou pas dessinée, souligne les joues et arrondit le menton plus qu'elle ne les fait disparaître.
- Le polo, qui a vécu de plus beaux jours, est sûrement trop relax pour aller voir un client.
- Le costume à carrure large, qui avachit la silhouette.
- La longueur de la veste casse les proportions buste/jambes.
- Le tissu du costume à trame épaisse ne suit pas les mouvements.
- La ceinture marron... et les chaussures noires (impardonnable !)
- Le pantalon à pinces décale l'entre-jambe vers le bas.
- Le revers du pantalon coupe la jambe.
- Les mocassins arrondissent trop le pied.

Un manque de style évident et une allure fatiguée, encore accusés par le gris moyen du costume.

### Au poil !

*Barbus, attention : votre pelage, pour rester gracieux, doit rester sous étroite surveillance. Évitez donc de le laisser grimper inconsidérément sur vos joues. Un bon entretien quotidien au rasoir lui donnera une forme nette, un aspect "clean" et sans bavures.*

*Et puis, n'oubliez pas que vos crins doivent rester limités à des zones précises : Investir dans une pince à épiler pour discipliner vos sourcils, vos oreilles et votre nez (aié !) semble incontournable !*

*A quoi voulez-vous ressembler : Un vaste champ de blé battu par les vents ou un jardin à la française ? Cap'tain Haddock ou Paco Rabane ?*

### C'est quoi, un costume "à sa taille" ?

Pour un costume 3 boutons comme celui de Didier :

...Un doigt de chaque côté de l'épaule pour l'aisance. Lorsqu'il plie le bras, l'extrémité de la manche de la veste doit laisser apparaître l'os de son poignet afin que la chemise dépasse de la veste de 1 à 1,5 cm.

Lorsque le bras pend naturellement le long du corps, Didier doit pouvoir prendre le bas de sa veste entre ses deux premières phalanges.

Pour le pantalon, l'arrière de celui-ci doit arriver en haut de la semelle de la chaussure et, à l'avant, casser légèrement sur la chaussure.

Costume Madellos Prêt-à-porter, chemise 100% coton Arrow, cravate en soie sauvage Breuer, le tout chez MADELIOS.

Accessoires : Cartable "Partition" en cuir rouge et écharpe multicolore 100% lambswool, OLD ENGLAND.

**Didier,**  
*Consultant en marketing.*

## OBJECTIF : RAJEUNIR ET DYNAMISER

**Après :  
Détermination  
et touche de fantaisie.**

Les cheveux ont été coupés très courts à la tondeuse, de même que la barbe, dont les contours sont maintenant bien définis. Le tout allonge le visage et donne plus de jeunesse et de style.

Mais surtout, les lunettes qui venaient barrer les yeux ont été troquées contre des lentilles de contact.

Verticale, toute !

Le costume 3 boutons a été choisi juste à sa taille afin que les emmanchures ne tombent pas.

Le tissu, un lainage Super 120 fluide et à fines rayures, vient donner de la netteté et contrarie la rondeur de la silhouette.

Mêmes rayures, dans la trame de la chemise à col italien.

Un tout petit peu large, la ceinture maintient le haut du pantalon et évite de trop souligner le ventre.

Quant au bas, il casse en souplesse sur les chaussures, dont la ligne est cette fois plus allongée.

L'essentiel est dans l'accessoire !

Pour éviter un look trop rigorisé, nous avons choisi une cravate verte à petits motifs géométriques, en soie sauvage. (Le photographe nous maudit encore pour ses reflets !). Il aurait fallu un noeud double ou Windsor pour bien actualiser la tenue, mais Didier a craint ce détail "modeux".

Comme son métier n'est ni formel ni conventionnel, nous avons osé ajouter un porte-document rouge vermillon et une écharpe multicolore...

Malgré ses 53 ans, Didier fait à présent bien passer, par une allure nette et actuelle, une vraie capacité d'adaptation.

Coiffeur : Pascal Roffy-Buge  
Maquilleur : José-Luis Romero  
Photographe : Bertrand Leroy



# L'Image "Juste"

## INVESTIR DANS SON IMAGE : EFFICACITÉ ASSURÉE

S'habiller pour travailler peut ne pas être ruineux. De nombreuses enseignes proposent, surtout depuis quelques années, des vêtements abordables et de bonne qualité. Le plus cher est sans doute l'accessoire : le sac, les chaussures, la mallette, le stylo...

Mais tout dépend aussi de la fonction que l'on occupe. Un président d'entreprise se doit de porter la réussite de l'entreprise sur lui. Dans les métiers de la bourse ou de la finance, l'image doit véhiculer le bien-être matériel. Les commerciaux le savent mieux que n'importe qui : leur aspect physique doit être immédiatement sympathique et valorisant aux yeux de leur clientèle. Dans tous les cas, dépenser un peu d'argent dans les vêtements, chez son esthéticienne ou son coiffeur est un bon investissement : les relations s'établissent plus facilement, les clients sont rassurés et... les affaires sont meilleures !

## AU FÉMININ, LES ERREURS À ÉVITER :

...Les couleurs qui fatiguent (souvent, en fonction de la peau, les rouges, les bordeaux, les verts trop soutenus), celles qui marquent et vieillissent. Un maquillage trop voyant ou une coiffure excentrique vont focaliser l'attention sur eux et non sur ce que vous avez à dire ! Un maquillage et une coiffure adaptés doivent valoriser la personne qui les porte et lui ressembler. En matière de maquillage, il faut toujours éviter d'en faire trop : si on mise sur le rouge à lèvres, les yeux et le teint doivent être discrets. Et inversement. Pour la coiffure, le pire serait de la modifier précisément le jour d'un rendez-vous d'embauche : le malaise est assuré...

## ACCESSOIRISER POUR SE DIFFÉRENCIER

Personnaliser est plus facile pour une femme que pour un homme. Les codes vestimentaires sont moins stricts pour les femmes. Mais grâce à une recherche attentive, le marché vestimentaire laisse la place à une certaine personnalisation de la tenue : couleurs, styles, formes... Hormis certains métiers bien spécifiques où les cheveux attachés sont de rigueur, une coupe originale peut faire, à elle toute seule, la différence et signer un individu.

## A CHAQUE ENTREPRISE SES CODES

Plus le secteur est créatif : mode, architecture, design, marketing, publicité... plus la liberté est grande ! Plus le secteur est formel : banque, assurance, finance... plus les codes sont stricts. La dimension de l'entreprise et sa visibilité vont également influencer sur ses exigences. Une petite entreprise laissera plus de liberté à ses employés qu'une entreprise importante, forcément structurée jusqu'au moindre détail. Les

### Rond ne veut pas dire mou !

Dans tous les milieux professionnels, les "ronds" sont souvent taxés de mollesse. On ne leur pardonne rien. Il est donc indispensable d'envoyer, par la tenue, des signaux forts pour bien signifier qu'ils sont tout aussi performants que d'autres. C'est pourquoi cheveux courts et lignes vestimentaires droites, voire près du corps - sont recommandés... Alors même qu'ils préfèrent, la plupart du temps, se dissimuler dans des formes souples et généreuses, bien symptomatiques de leur convivialité naturelle !

À proscrire, bien évidemment, les tweeds épais, les carreaux et les cols roulés qui soulignent un peu trop leur double menton. Côté couleur, jouer les camaïeux de gris et de noir sont une solution harmonieuse, facile à mettre en oeuvre. Les marrons - facilement grossissants - comme les couleurs trop vives doivent rester une exception et se cantonner aux accessoires.

En revanche, les "enrobés" peuvent se permettre, si ils veulent une tenue décontractée mais chic, des pulls à cols zippés ou même des polos, du moment que leur tissu est sec et tombe net.

Nickels, jusqu'à la pointe de la chaussure... Lacé haut sur l'empeigne, le richelieu d'aujourd'hui est parfait : il fait le pied long et élégant. La chaussette en fil d'Ecosse, fine et bien tirée, se doit d'être de la même couleur que la chaussure, pour allonger la jambe.

professions indépendantes ont elles-mêmes leurs contraintes : tout simplement parce qu'ils ont des clients et qu'il faut leur renvoyer un signal positif, en accord avec ce qu'ils attendent...

## COMMENT ALLER DROIT DANS LE MUR

En se laissant aller. En ne faisant aucun effort sous prétexte que notre savoir-faire, nos qualités foncières sont évidentes et sautent à la figure de tous. Et penser que ceux qui ne les comprennent pas ne sont que des imbéciles...

Notre corps est notre allié, le temple de notre esprit : il est indispensable de le respecter et donc de se respecter. Si on a vraiment peu de moyens, une veste ou un pantalon un peu fatigués sont pardonnables. Des taches ou une hygiène approximative, elles, ne le sont pas.

## LES CAS PRÉFÉRÉS DU "COACH"

Toutes les personnes qui sont mal dans leur peau, celles qui n'ont pas eu la chance de recevoir un regard bienveillant sur elles-mêmes et qui n'ont pas la maîtrise de cette partie de leur "communication" par manque d'outils ou manque d'estime de soi.

Car nous n'apprenons pas à l'école et de moins en moins à la maison, qu'au-delà des mots, ce sont la voix, la gestuelle, la façon de paraître au monde qui communiquent le plus ce que nous sommes vraiment.

Aude Roy est présidente fondatrice de l'Association Française de l'Image Personnelle (AFIP) et membre de la Société Française du Coaching (SFCoach)