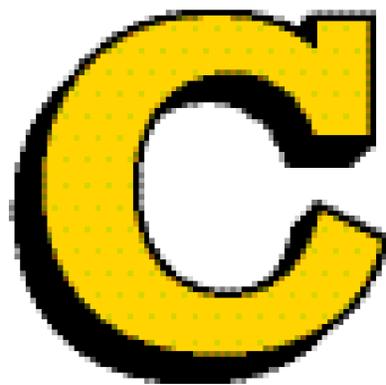


# Tenue de travail exigée

Si, en dix ans, leurs frontières ont bougé, les codes vestimentaires restent très prégnants. L'habit fait toujours la fonction, comme le montre notre galerie de portraits saisis à la Défense. Même le style *casual*, à présent répandu, est à sa manière très codé.



C'était à l'aube des années 2000. Sur les écrans et dans les journaux qui racontaient l'éclosion de la nouvelle économie, on a soudain vu apparaître des patrons en jean, des ingénieurs en baskets, des employés en tee-shirt et des cadres en polo. Venu directement d'Amérique du

Nord où les campus universitaires et leurs cohortes d'étudiants en baggy avaient constitué le terreau de la bulle Internet, ce style marquait une nouvelle ère. Et voilà que le costume-cravate, le bleu de travail, la blouse et autres tabliers se sont trouvés ringardisés d'un coup. Sans parler de l'uniforme, qui était déjà devenu depuis les années 70 le symbole de l'emprise des institutions sur les individus. Mais surtout, cette forme de liberté – ou de désinvolture – vestimentaire a levé des frontières, entre le travail et le loisir, que l'on croyait immuables. Elle a aussi introduit l'idée qu'avec la société de la connaissance, le fond n'avait plus grand-chose à voir avec la forme.

Durant des décennies, pourtant, et pour des générations de travailleurs, le vêtement de travail avait été, selon les termes de Ginette Francequin, ■■■

Par  
Laure Dumont

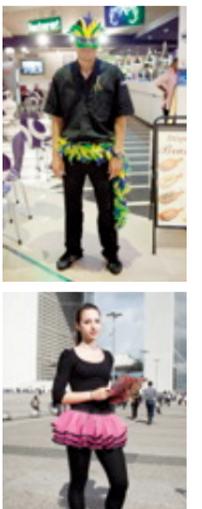
Photos:  
Bruno Levy



**Alix, vendeuse chez Lecoindre**  
« Je dois être habillée en noir et blanc, avec un foulard rouge. Ma touche perso, ce sont mes chaussures et mes petites nattes! »



**Hercule, agent de sécurité**  
« Là, je suis en treillis, avec le tee-shirt de l'entreprise, et des chaussures de sécurité. Sur certaines missions, je dois être en costume. »



**Deux collègues de la RATP**  
« Le truc positif avec l'uniforme, c'est qu'on ne se prend pas la tête le matin! On veille à ce qu'il soit propre. »

## Les « Uniforme »

Plus de 160 000 salariés à la SNCF, 800 000 dans les hôtels et restaurants, 170 000 caissières, 1 million de blouses blanches à l'hôpital... Pour des raisons d'hygiène, de sécurité mais aussi d'image que l'entreprise veut renvoyer, le vêtement de travail est loin d'être mort. L'uniforme permet une reconnaissance par les autres. Il donne même aux hôtesses de l'air ou aux militaires le sentiment d'appartenir à une caste. Pour Marie-France Croyeau, fondatrice du bureau de style Entre terre et ciel qui crée des

vêtements pour les entreprises, certains métiers tiennent à être distingués des autres. « Un sommelier ne renoncera pas à son tablier, un groom d'hôtel tient à sa redingote, avec les clés d'or croisées au revers. » Les codes restent d'ailleurs très rigides. « Dans l'hôtellerie, pas question pour le personnel féminin de montrer ses aisselles. Un patron d'hôtel à Cannes nous a pourtant commandé des robes sans manches. Une révolution. Et les femmes ont adoré. » Mais beaucoup de salariés contraindre d'arbore le dress code de leur employeur –

gilet pour les vendeurs de la Fnac, blazer rouge pour ceux de Darty – frôlent l'indigestion. « Ça me four a contourné la difficulté en associant ses caissières à la création des vêtements, avec consultations et défis de mode, poursuit la styliste. Car un salarié mal dans ses vêtements ne sera pas productif. » Quant aux bataillons de ceux qui n'ont pas le choix, ils s'adaptent. Malignes, les hôtesses d'accueil savent manier l'ourlet pour raccourcir une jupe trop mémère ou ressemer un chemisier sage a fin de souligner le décolleté plus avantageux. S.F.

# Longtemps, la tenue de travail a été dictée par les contraintes physiques du métier et du lieu de son exercice

**L**... maître de conférences au Cnam et auteure de l'un des rares ouvrages sur le sujet, «une deuxième peau», une partie intégrante de leur identité (*Le Vêtement de travail, une deuxième peau*, éd. Érés, 2008). Lors d'un colloque organisé en 2010 par l'Université de la mode de Lyon, une vingtaine de chercheurs ont ainsi décliné, et pour la première fois, la question de «s'habiller pour travailler», afin d'explorer cette intrication très forte entre la personne et la fonction. Pendant longtemps, la tenue de travail a été dictée par les contraintes physiques du métier et du lieu de son exercice : le bureau ou l'atelier, les fonctions intellectuelles ou manuelles, avec toutes les exigences de protection et de sécurité s'y rapportant.

**La veste raccourcie du pasteur anglican.** «Ce sont les codes vestimentaires anglais qui régissent depuis toujours le vêtement de travail masculin et, par ex-

pression, féminin, rappelle Aude Roy, consultante en image et auteure de *Donnez une bonne image de vous* (éd. Interéditions, 2010). À l'origine, le costume de travail provient de la tenue du pasteur anglican dont on a raccourci la veste. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le costume est devenu le vêtement des hommes qui allaient travailler dans les bureaux. Ils portaient des cols blancs car, contrairement aux ouvriers, ils ne se salissaient pas les mains. » Désormais, si l'expression «mettre les mains dans le cambouis» est bien une formule consacrée du monde du travail, elle n'a plus grand-chose à voir avec l'huile noire par l'usage à laquelle elle fait initialement référence. De même, on change de casquette et on rend son tablier tous les jours dans les entreprises du XXI<sup>e</sup> siècle sans arborer pour autant ces accessoires d'antan. Derrière ces souvenirs du passé, la désindustrialisation et la révolution du tertiaire apparaissent certes en filigrane. Mais il n'y a pas que le langage qui s'inspire des codes du passé. Les tenues de nos ancêtres travailleurs sont en réalité très présentes aujourd'hui, même si le registre a évolué. «Marithé et François Girbaud, qui sont tous deux d'origine modeste, ont une conscience aiguë que l'homme est là pour travailler et vivre de son travail, raconte Sylvie Marot, chargée du patrimoine chez Marithé et François Girbaud. Dès les années 60, époque où porter des jeans était un acte de rébellion, ils ont puisé leur inspiration dans l'uniforme et le vêtement de travail. Ils offraient des coupes, des matières, une praticité, un confort et une facilité d'entretien qui leur plaisaient. Du gilet de survie des aviateurs à la sacoche du facteur, ils ont accentué les fonctions protectrices et utilitaires de ces vêtements sans en abandonner la valeur symbolique et esthétique. Ils ont fait leurs certains détails et ont poursuivi dans cette voie », conclut-elle.

**D**e fait, à y regarder de près, les tenues qu'arbore la centaine de salariés de la Défense qui a accepté de se prêter, pour cette enquête de *Liaisons sociales magazine*, au jeu de la photo et du micro-trottoir (voir pages 18 à 23) sont de beaux exemples de cette permanence. La sacoche (de postier), le jean (du marin génois, puis du travailleur américain) ou les vêtements multipoches (empruntés aux ouvriers



**Chloé, chargée de marketing**  
« Je passe un entretien d'embauche. Ma tenue a été réfléchie, j'ai choisi volontairement des vêtements pas trop stricts. Dans un autre contexte, j'aurais pu mettre un chemisier. »



**Gauthier, ingénieur commercial SFR**  
« Le matin, je prends le costard qui me saute dessus, je ne réfléchis pas trop. Ma hiérarchie m'a fait des réflexions sur ma barbe, mais sans trop insister. L'important, c'est que je fasse du chiffre. »

**Tiphaine, ingénieure commerciale SFR**  
« C'est plus simple pour les femmes. Mais on m'a dit qu'il fallait éviter le jean. »



**Abia, comptable**  
« Aujourd'hui, j'étais d'humeur sportive ! »



## Les « Trendy »

**I**ls sont parfois en jean et en baskets. Mais pas n'importe lesquels. La toile légendaire est estampillée Diesel, Le Temps des cerises, voire Calvin Klein. Quant aux pompes, elles sont signées Converse, Paul Smith ou Veja, ces baskets directement importées du Brésil, si design et si commerce équitable. Ils, c'est la tribu des salariés fashionistos. Ils travaillent chez Publicis, Euro RSCG, Canal Plus, Google ou Yahoo!. Ils sont plutôt dans le marketing, la création, les nouvelles technologies.

En apparence, ils n'ont pas à se soucier de garnir leur garde-robe d'une dizaine de jupes ou de pantalons clonés qui vont du gris anthracite au noir charbon. À eux la liberté des couleurs, des matières et des formes? Eh bien non! La caste des modeux est, elle aussi, enfermée dans ses rites. «Dès mon premier jour à l'agence, j'ai compris, se souvient Sophie, embauchée dans une société de conseil en communication corporate parisienne. C'est moins dur que dans Le diable s'habille en Prada, mais vous sentez que les

gens vous jaugent au premier coup d'œil. La dégaine d'ensemble a l'air cool comme ça, mais tout est dans les accessoires. Les femmes ont des sacs Gérard Darel ou Vanessa Bruno. Les hommes portent des lunettes Paul & Joe rectangulaires, noires de préférence, des chemises ouvertes, ou juxtaposent des petits pulls Loft en cachemire en V sur des tee-shirts à manches longues en coton. Pas question de s'habiller chez Celio, Kiabi ou Camaïeu si vous voulez faire partie du clan!» S.F.

et aux militaires) sont devenus des incontournables du *casual wear*. Les *techies* – fondus de nouvelles technologies – de la Silicon Valley, les Bill Gates et Steve Jobs ont-ils gagné la partie sur les austères IBMers, costume sombre sur chemise blanche? Le *casual* – qui signifie littéralement informel et par extension décontracté – s'est-il véritablement imposé dans le monde du travail? À côté de cette tribu perdurent aussi bien les familles « *executive* » que « *trendy* » ou « *uniforme* ». Mais la réalité est apparemment bien plus compliquée.

**Toujours le diktat de l'apparence.**

« Les non-codes sont des codes ; le piège serait de sous-estimer le poids des apparences », avoue la consultante Aude Roy. « Les entreprises à la mode doivent montrer une image de mode, remarque la sociologue Émilie Coutant ; le diktat de l'apparence reste universel. » « Avant, renchérit Anthony Mathé, sémiologue, le costume était la fonction, maintenant, il est l'image. » Selon les enquêtes menées par l'Observatoire des discriminations, 82 % du choix d'un candidat à un poste dépend de son apparence, toutes compétences égales par ailleurs. Le constat est bien sévère : ce que les spécialistes appellent la « communication non verbale » ou le « savoir-être » a pris une place d'autant plus importante que ses ressorts sont en fait très implicites, très... codés. « Il faut coller à un univers tout en ayant une part de liberté à l'intérieur de l'entreprise mais qui est très réduite, explique Abou Ndiaye, sociologue, spécialiste du vêtement au travail. Les choses sont beaucoup plus compliquées que par le passé, on pardonne moins les fautes de goût, les manquements. Il ne faut pas s'écarter de ce à quoi on doit correspondre. »

**L**e *friday wear*, autre importation américaine, même si cet usage émane d'un univers professionnel plus traditionnel que celui de la nouvelle économie, est une bonne illustration de cette complexité : « Il faut bien savoir ce que cela signifie dans son entreprise, indique Laurence Caracalla, auteure du *Savoir-vivre pour les nuls* (éd. First, 2011). Dans telle société, le *friday wear* consistera à porter une veste claire, alors que l'on porte une couleur sombre le reste de la semaine ; ailleurs, ce sera un jean. L'art du *casual wear* peut être assez subtil. Dans l'entreprise, la règle générale est qu'il faut s'inspirer du cadre dans lequel on travaille. »



**Bertrand, responsable juridique dans l'aéronautique**  
« Je m'impose une tenue qui doit révéler mon sérieux. Pour moi, le soin porté à la forme illustre aussi le fond. »

**Les « Executive »**

**C**einturés dans leur costume sombre, sanglés dans leur chemise blanche et cravatés comme il se doit, ils ont un côté Men in Black. Les cadres de la finance, de l'audit ou du conseil sont tout sauf fantaisistes. Dans ces univers chics et feutrés, la faute de goût ne pardonne pas. « On ne peut pas tout se permettre. Impossible d'avoir une tenue relâchée, surtout si on a un rendez-vous client », annonce doctement Grégoire, 25 ans, auditeur à la Société générale. Au début, il a longuement observé comment s'habillait son chef. « Pour faire pareil, surtout quand il est bien sapé », explique-t-il. Il arbore désormais du Azzaro ou du Cerruti. Jamais de couleurs claires, et le vendredi, c'est polo et jean en toile. Mais pas de bermuda ni de sandales. Trop décontracté. « Dans ces secteurs, résume Virginie Gautier, relookeuse, il faut peser son homme, rassurer, et ça passe par

une apparence très vieillie. » Dans la penderie de Cécile, jeune cadre bancaire, des dizaines de chemisiers blancs. Et autant de pantalons noirs. Son uniforme quotidien, ce qui ne l'empêche pas de se casser la tête tous les matins pour trouver la bonne tenue ! « Ça n'est pas naturel pour moi de m'habiller aussi classique, reconnaît-elle. Mais je dois être présentable. » Les plus attachés à marquer leur différence vont miser sur les accessoires. Axel joue sur la couleur de sa chemise, violette ce jour-là, « le seul élément qui permet d'être plus fun. » Des détails à manier avec précaution. « Avec un banquier, je sors les boutons de manchette, pas avec un industriel, car il pourrait penser que je roule sur l'or », nuance Gilles Verrier, directeur général d'Identité RH, un cabinet de conseil en management. Le casse-tête du « trop » ou du « pas assez »... E. S.



**Hatouna, consultante dans une banque**  
« Face au client, il ne faut pas que ce qu'on dit soit moins important que ce que l'on porte. »



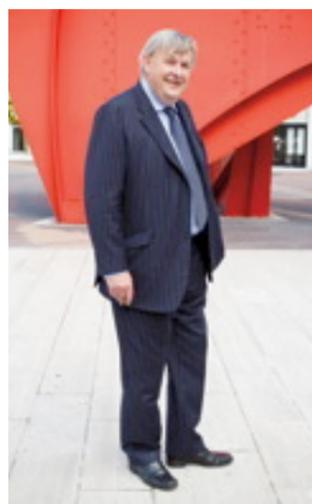
**Elies, chargé de marketing chez EDF, et Laurine, intérimaire aux RH chez EDF**  
« L'important, c'est l'image que l'on renvoie, surtout quand on est jeune. »



**Annabelle, consultante chez BearingPoint**  
« Même si nous ne sommes pas en mission, nous portons toujours une tenue soignée au cas où nous aurions des rendez-vous clients imprévus. »



**Axel, cadre à la Société générale**  
« Je choisis d'abord ma chemise et ensuite le costume qui va avec. C'est le seul élément qui permet d'être un peu plus fun, de sortir du lot. »



Mais institutionnaliser une pratique en décalage comme le *friday wear*, n'est-ce pas renforcer la règle? La preuve : face aux initiatives vestimentaires de certains de leurs salariés, des directions d'entreprise ont cru bon de recadrer les choses. En 2008, Martin Huerre, DRH de Mazars, très sérieux cabinet d'audit et de conseil, l'a fait avec un humour un peu grinçant mais avec un certain talent dans la formulation, dans un courrier électronique adressé à l'ensemble du personnel de la filiale française. Il y déplore par exemple que le nouveau « *fripstyle* » des salariés ne soit qu'un « a-faissement navrant », un « défilé tout juste postpubère », et rappelle que « nous ne travaillons ni dans un centre de réadaptation à la vie professionnelle pour anciens drogués ni dans un atelier clandestin, pas plus que dans une agence de pub pour créateurs déjantés ». La banque suisse UBS a pour sa part opté pour un registre beaucoup plus intrusif : son dress code, 40 pages qui réglementent tant la couleur des sous-vêtements que l'haleine ou le niveau d'hydratation de la peau de ses salariés, sans oublier le nœud de cravate et l'entretien des chaussures, a défrayé la chronique l'hiver dernier à la suite de sa diffusion sur le Web.

**C**es rappels à l'ordre en disent long. En l'occurrence, retour à la case départ : le vent ébouriffant de la net-économie a beau être passé par là, les fondamentaux restent inchangés. C'est bien l'habit qui fait la fonction et qui légitime la compétence. Voire l'autorité. On a vu certains jeunes patrons de start-up finalement renoncer aux Converse et adopter le costume pour s'imposer à leurs équipes. Il faut en effet la bouteille et l'indépendance d'esprit d'un Jacques-Antoine Granjeon, P-DG iconoclaste de Vente-privee.com, pour oser, quelles que soient les circonstances, le jean troué, les cheveux longs et la bague à tête de mort...

**Être neutre, passage obligé.** « Le costume, c'est le masque, analyse le sémiologue Anthony Mathé. Quand je parle, c'est ma compétence et ma fonction qui sont mises en avant, car ma personnalité doit passer au second plan. Il n'est pas question de rentrer dans le moule, mais d'être neutre pour faire en sorte qu'on vous écoute. Or, comme disait Barthes, être neutre se construit. » Et s'apprend. C'est désormais le passage obligé

... pour intégrer le monde du travail, notamment pour ceux qui ne sont pas issus de cet univers privilégié où l'on apprend à maîtriser les codes et à en jouer dès le plus jeune âge. Guillaume, consultant dans le domaine bancaire, un milieu professionnel qui reste très fidèle au sobre costume-cravate, raconte comment il a coaché un de ses collègues informaticiens qui ne comprenait pas pourquoi il passait à côté de toutes les promos : « Il portait des pulls informes et n'allait jamais chez le coiffeur. On s'y est mis à plusieurs dans le service pour lui faire comprendre que s'il tenait à sa mobilité, il lui faudrait une coupe de cheveux nette et venir en veste au bureau. Il est tombé des nues ! »

**L**es gens qui méconnaissent les codes trahissent leurs origines et les préjugés restent puissants à leur égard, souligne l'anthropologue Philippe Liotard. Lors des premiers congés payés, les bourgeois parlaient des "salopards à casquette" qui envahissaient leurs plages. Il y a une véritable inquiétude des élites vis-à-vis des autres classes sociales qui se traduit notamment par un jugement sur l'apparence. Dans l'esprit des recruteurs, une femme obèse, par exemple, manque forcément de volonté. Lutter contre ces préjugés est un combat que Jean-François Amadiou, professeur à l'université Paris 1, mène depuis des années : « Statistiquement, on sait que l'obésité touche davantage les pauvres, alors que, parallèlement, les élites sont plus grandes que la moyenne. Or ces deux critères, totalement implicites, s'avèrent souvent déterminants dans un entretien d'embauche. »

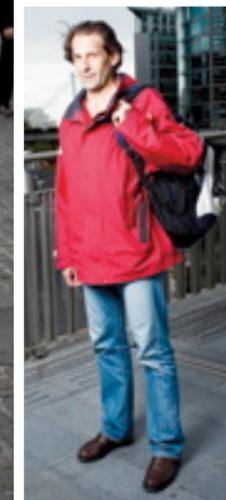
Des associations, comme Nos quartiers ont du talent et le Réseau national des entreprises pour l'égalité des chances dans l'Éducation nationale, mais aussi Pôle emploi et des cabinets de conseil ont identifié cet obstacle à l'intégration et à la diversité et en font un nouveau cheval de bataille (voir l'article page 24). Objectif : formaliser les codes, les expliquer pour que chacun les fasse siens. « C'est tout bête, explique Jean-François Amadiou, mais ça passe notamment par l'expression orale, qui peut être un marqueur social très fort et très discriminant. Or, à la fac, par exemple, il y a très peu d'oraux comparé aux grandes écoles. En sortant de l'université, certains étudiants n'ont jamais passé un entretien. » Dans l'entreprise, la diversité est furieusement tendance. En vrai ou en apparence ? ■



**Olivier, senior vice-président des ventes mondiales de Saba**  
« Je regarde l'agenda de la journée avant de m'habiller : si je vois des clients, c'est costume, mais sans cravate. Sinon, c'est jean et polo. »



**Guillaume, 30 ans, agent de maîtrise chez CDF**  
« Mes collègues qui ont fait des écoles d'ingénieurs sont en costume, surtout quand ils sont en contact avec la clientèle. Moi, je privilégie le confort, notamment à cause des transports en commun. »



**Magali, dirigeante dans l'immobilier**  
« J'aime tout sauf le tailleur strict, ou alors il doit avoir un style contemporain et de la couleur. Je souhaite renvoyer une image dynamique. »



**Christiane, chargée de paie dans une compagnie d'assurances**  
« Avant, quand mon entreprise était à Paris, j'étais plus coquette, plus habillée. Depuis que nous sommes à la Défense, c'est métro, boulot, dodo. Je privilégie le côté confortable et pratique. »



**Sébastien, informaticien à la Société générale**  
« Mon look de motard, c'est une façon d'éviter d'être dans le conformisme. On colle trop d'étiquettes en France, ça n'est pas l'image qui compte mais ce qu'on fait. »

## Les « Casual »

Leur style tient en un mot : confort. Avec son blouson de motard bleu et son jean, Sébastien détonne dans les couloirs de la Société générale. Cet informaticien n'est pas le seul à être détaché de son look. Dans ces métiers, la tenue de combat emprunte plus au pantalon de toile Bensimon, au tee-shirt ou à la chemisette qu'à l'incontournable costume-cravate. Enseignants, ingénieurs, employés de bureau ou du bâtiment..., ils sont souvent volontairement antimarques, antimode. C'est la tribu relax, sans contraintes, car rarement en contact avec le client. « Un cadre qui fait les plannings des chauffeurs dans le transport a besoin d'être à l'aise dans ses vêtements. C'est même une question

de crédibilité, note Virginie Gautier, fondatrice de l'Agence Relookémoi.com. Idem pour un maquettiste, il n'est pas dans la séduction. » Gilles Ve m i e r, DG du cabinet Identité RH, ne serait jamais venu au bureau cravaté lorsqu'il était DRH de Décathlon. Trop coincé pour une entreprise qui plébiscite le sportswear. Parka et sacoche en toile, ces adeptes de la cool attitude vilipendent le « bling-bling » ou le « too much ». Un côté un peu « comme à la maison » qui traduit aussi un certain recul avec la société de l'apparence. Sans être irrespectueux, ça ne veut pas dire qu'on n'est pas présentable, mais juste qu'on est dans le bien-être. » De là à mettre un survêt lors d'un entretien... E. S.

