

Accueil » Tout sur CGA-Canada » CGA Magazine » 2005 » Mars-Avril » La tenue de bureau décontractée

La tenue de bureau décontractée

Savoir-être

La tenue de bureau décontractée

De quoi s'agit-il exactement?

TIRÉ DU NUMÉRO : MARS-AVRIL 2005 | PAR MERGE GUPTA-SUNDERJI

Dans le bureau du directeur de la comptabilité : « Zut! Je viens de recevoir un appel du premier vice-présidente. Il me dit qu'il se pose de sérieuses questions sur notre code vestimentaire "décontracté". »

« Effectivement. Il vient d'apercevoir un de nos stagiaires vêtu d'un pantalon d'entraînement, d'un tee-shirt et d'une paire d'espadrilles! »

Il est difficile de définir exactement ce qu'on entend par « tenue d'affaire décontractée », mais déjà nombre de sociétés commencent à déchanter du principe. « Même les questions de comptabilité les plus tordues ne m'ont jamais donné autant de maux de tête que le code vestimentaire décontracté, souligne un gestionnaire mécontent. Qui l'eût cru? »

Compte tenu de la récente baisse de popularité du code vestimentaire décontracté, nombre d'organisations reviennent en effet à un code plus conventionnel. La suppression des privilèges découlant d'un code vestimentaire décontracté est souvent perçue comme le retrait d'un précieux avantage. Alors que doit faire l'entreprise? La réponse est simple : adopter un code vestimentaire stipulant expressément les tenues à proscrire, tout en laissant une certaine marge de manœuvre aux gestionnaires qui doivent l'appliquer. Cet objectif pourra être atteint en cinq étapes.

D'abord, présentez le code vestimentaire dans le contexte des objectifs de la société. Comme vous le verrez, cette étape est essentielle. Deuxièmement, énoncez les impératifs applicables aux hommes et aux femmes. Troisièmement, énoncez les interdictions. Quatrièmement, offrez des exemples de tenues inappropriées tant pour les hommes que pour les femmes. Et finalement, faites savoir au personnel que chaque gestionnaire jouit d'une certaine latitude dans l'application du code, dans la mesure où il respecte les lignes directrices. Cette dernière étape est critique : la mode n'est qu'inconstance et les tendances changent rapidement. Sans cette mesure, votre code sera rapidement dépassé.

Le code vestimentaire

Partant du principe que les gens fondent en général leurs jugements sur les apparences, vous pouvez en déduire qu'ils jugent votre organisation à l'apparence de vos employés. En fait, selon une recherche, la composante visuelle d'un message peut représenter jusqu'à 55 % de l'ensemble de la communication.

Commencez par vous interroger sur la nature de votre organisation et sur le message que vous souhaitez communiquer. Classez-vous dans l'une des trois catégories suivantes : traditionnelle, au service du public ou

artistique. Une entreprise traditionnelle, par exemple dans les secteurs juridique, bancaire, financier ou comptable, voudra probablement véhiculer des valeurs comme l'autorité, la prudence et la compétence. Ne craignez pas d'en faire part aux gestionnaires et aux employés. Décrivez-leur la nature de l'entreprise ou vos objectifs à cet égard, et exposez le message que vous souhaitez véhiculer. Si les gestionnaires et les employés comprennent bien les objectifs, ils prendront des décisions plus éclairées lorsque se posera une situation qui n'est pas prévue dans le code.

Par exemple, un cabinet d'expertise comptable pourra se positionner comme un cabinet traditionnel qui souhaite véhiculer une image de prudence et de compétence. Une société de services-conseils pourra quant à elle insister sur la nécessité pour les employés de se conformer à l'environnement de travail de leurs clients, c'est-à-dire d'adopter un style légèrement plus conservateur qu'à leur habitude.

Les impératifs

Demandez-vous quelles devraient être les normes minimales en matière vestimentaire. Les normes varieront selon les organisations. Établissez des listes distinctes pour les hommes et pour les femmes. Par exemple, vous pouvez exiger que les hommes portent un pantalon long, une chemise avec col, ainsi que des chaussettes et chaussures habillées, et que les femmes portent des bas, des chaussures habillées, des hauts à manches ou à col. N'entrez pas trop dans les détails à ce stade car vous serez appelé à vous prononcer sur ce qui est inacceptable à l'étape des interdictions.

Attendez-vous à ce que la distinction hommes-femmes fasse des mécontents, mais ne vous en souciez pas trop car il est impossible de concevoir un code vestimentaire sans établir cette distinction. Dans la mesure où vous n'êtes pas déraisonnable, il ne devrait pas y avoir de problème. À titre illustratif, voici un exemple d'exigence déraisonnable : il fut un temps où le port du pantalon au bureau était jugé inapproprié pour les femmes. Si vous posiez une telle exigence de nos jours, non seulement vous considérerait-on comme déraisonnable, mais on vous accuserait probablement de sexisme. Faites confiance à votre jugement.

Les interdictions

Vous devriez accorder tout le temps nécessaire à cette partie du code. Il ne vous est pas demandé de faire une liste exhaustive des articles vestimentaires proscrits (une tâche interminable!), mais bien d'offrir des lignes directrices à vos gestionnaires pour les aider à appliquer le code vestimentaire sans que quiconque, gestionnaires ou employés, n'ait à trop se casser la tête.

D'abord, énumérez les articles carrément inacceptables dans votre milieu de travail, comme les jeans, pantalons d'entraînement, espadrilles, mini-jupes et chemisiers trop courts. Il est difficile de fournir des indications précises sur le degré de précision de la liste, mais une chose est sûre : si votre liste est trop détaillée, vous devrez composer avec la question des définitions. À partir de quelle longueur une jupe devient-elle une mini-jupe? Qu'est-ce qu'un décolleté trop plongeant? Il ne s'agit là que d'un aperçu des difficultés rapportées par des gestionnaires aux prises avec la tâche de mettre en place un code vestimentaire décontracté pour le bureau. C'est à ce stade que la première étape du processus (articuler le message à véhiculer) prend toute sa valeur.

Une fois les interdictions énoncées, insistez de nouveau sur la nature de la société ou vos objectifs à cet égard, et sur le message que vous souhaitez véhiculer à l'extérieur. Vous pouvez même énoncer le message que vous tenez à tout prix à ne pas véhiculer. Par exemple, le code vestimentaire d'une entreprise comporte la précision suivante : dans notre milieu de travail, nous ne cherchons pas à charmer ou séduire par notre tenue vestimentaire.

Exemples de tenues appropriées

Donnez des exemples de tenues appropriées pour le bureau. Pour les hommes, il peut s'agir d'un pantalon, d'une chemise à col, de chaussettes et chaussures habillées. Pour les femmes, ce pourrait être un pantalon ou une jupe et un chemisier à manches ou à col, des bas et des chaussures habillées, ou encore, une robe ou un tailleur-pantalon.

La souplesse est essentielle. Indiquez clairement que chaque gestionnaire jouit d'une certaine latitude dans l'application du code, en autant qu'il respecte les lignes directrices. Voici pourquoi. Le directeur du service des TI sait que ses employés doivent avoir une allure professionnelle, mais il sait également que nombre d'entre eux doivent pouvoir se glisser sous les bureaux pour accéder aux cordons d'alimentation des ordinateurs et autres dispositifs semblables. Leur tenue doit donc leur offrir une certaine liberté de mouvement et leur permettre d'affronter sans crainte les hordes de moutons de poussière qui pourraient se cacher sous les bureaux.

De même, le directeur des ventes sait pertinemment que ses représentants ne peuvent se présenter chez des clients de la campagne vêtus d'un complet-cravate. Le représentant doit adapter sa tenue en fonction du client. En laissant une certaine latitude à vos gestionnaires, vous aurez plus de facilité à faire appliquer le code.

Un dernier mot

Tout au long du processus, gardez à l'esprit que votre code vestimentaire peut très bien tenir sur une seule page. Vous pouvez, bien sûr, rédiger un document de politique, mais ce n'est pas nécessaire. Un simple rappel lancé une ou deux fois l'an suffira pour maintenir le code bien frais dans l'esprit des employés. Et bien qu'il ne soit pas nécessaire de mettre à jour vos lignes directrices au gré des caprices de la mode, rien ne vous empêche de faire des ajouts de temps à autre.

[Haut de la page]

Merge Gupta-Sunderji, M.B.A., CGA, contribue à faire des gestionnaires des leaders. Pour la joindre, consultez son site Web (www.mergespeaks.com) ou composez le 403 605-4756.

© 2014 CGA-Canada

- PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS
- EMPLOIS
- CONTACTEZ-NOUS
- PLAN DU SITE
- RSS