

Le conseil en image



« S’habiller est une nécessité ! Que ce soit par respect des conventions sociales, par pudeur ou plus pragmatiquement pour se protéger des agressions climatiques, je me couvre !

L’habit est ce que je mets entre ma peau et le monde. C’est donc une interface entre le dedans et le dehors, le personnel et le social. A ce titre, l’habillement cache et montre tout à la fois. Il parle de moi et pour moi. Il transmet une image de moi aux autres.

L’habillement renferme une communication non verbale, au même titre que les expressions de mon visage et les gestes que je fais. Ce message est interprété par les interlocuteurs en fonction des codes de la société. Par exemple, un vêtement de couleur claire et au style décontracté, assorti d’une casquette et de lunettes de soleil va donner l’impression que la personne est en vacances ou en loisirs. A l’inverse, porter un complet foncé et une cravate offrira l’image d’un homme qui se rend au travail. Dans ce même ordre d’idée, on peut citer l’uniforme, tenue qui a été pensée pour être facilement reconnue par tous : le policier parmi les piétons, l’infirmière parmi les malades. Il en va de même pour les couleurs, qui présentent une panoplie de messages : le jaune est associé à la joie, à la vitalité. Le rouge est la couleur de la passion et de la mort (sang). Le blanc est symbole de pureté, le noir du deuil.

La variété, le nombre ainsi que la subtilité d’interprétation de ces messages constituent la richesse du langage vestimentaire.

Dans notre société, une grande liberté est offerte à chacun : je m’habille en fonction de mes envies, de la saison et accessoirement, selon mon budget... Cependant, certains codes vestimentaires perdurent, notamment dans le cadre professionnel : lors d’un entretien d’embauche, il s’agit de se mettre sur son trente-et-un pour offrir une bonne impression au futur employeur !

« Faire bonne impression », « soigner son image » : ces expressions soulignent l’importance du vêtement dans les relations. Je ne m’habille pas que pour moi, mais aussi en fonction des personnes que je rencontre. Un amoureux vérifiera mille fois son image dans le miroir avant de retrouver sa dulcinée. Il veut à la fois lui plaire et se rassurer !

Cette préoccupation n'est pas vaine, car 93% des informations que je transmets sont visuelles : en effet, la vue est celui de nos cinq sens qui est le plus développé et utilisé.

Il est donc pertinent de m'interroger sur mon apparence pour aller à la rencontre de l'image que je donne aux autres de moi, de mes valeurs et de mon appartenance à un milieu social, religieux ou professionnel.

Questionner mon allure n'est pas une démarche superficielle, mais bien au contraire, un cheminement identitaire qui fait sens.

Mon habillement correspond-il à l'image que je veux donner de moi ? Est-il décalé par rapport à ma vraie personnalité ? Ou alors, est-ce qu'il favorise des relations authentiques ? Est-ce que je me cache derrière un look artificiel ? Quelles sont les couleurs que je porte volontiers ? Est-ce que je cache mes complexes physiques sous des habits informes ? Suis-je libre dans mes choix ?

Ces questions peuvent faire émerger des réflexions personnelles par rapport à l'image de soi et à l'estime de soi. Un dialogue fertile devient alors possible entre le dehors (le corps et les habits qui le couvrent) et le dedans (les sentiments et mon histoire personnelle).

Il est également possible d'effectuer une telle démarche dans le cadre professionnel. Quelle entreprise ne cherche pas aujourd'hui à maîtriser son image, par le marketing, des stratégies de communication, des sondages et autres publicités ?

L'objectif principal n'est pas de s'admirer dans le miroir, mais bien de vérifier l'efficacité de la communication. Est-ce que les clients ont une représentation juste de l'image que l'entreprise s'efforce de transmettre ?

Les résultats d'un tel questionnaire, qu'il soit personnel ou institutionnel, entraînent souvent des changements.

Je peux vider mon armoire de mes vieux habits démodés, opter pour une nouvelle coiffure... Riche de mes découvertes, j'actualise mon image à qui je deviens, au lieu de rester figé dans le passé. Je peux aller de l'avant dans une liberté et une joie nouvelles, en communiquant clairement par mon apparence un message fidèle, proche de qui je suis réellement.

La congruence entre l'apparence et les valeurs intérieures a comme répercussions positives la circulation naturelle d'une image authentique et solide, qui renforce la crédibilité de la personne ou de l'institution. Elle paraît ce qu'elle est. Ses relations vers la société ou ses interlocuteurs s'en trouvent améliorées et deviennent progressivement plus satisfaisantes.

Changer, tout en maintenant son identité profonde et ses valeurs, tels sont les enjeux d'un travail sur l'image !



Priscille Hunziker

Article paru dans le journal de la LLB

CONSEILLÈRE
EN STYLES DE MODES ET COULEURS
ESTHÉTICIENNE

CRÊT DE L'ÉGLISE 1, 1142 PAMPIGNY
TÉL. 021 / 800 00 92, pp.hunziker@bluewin.ch