



Décryptage L'ŒIL DU CHERCHEUR

Par Michel Barabel et Olivier Meier, professeurs en gestion des ressources humaines, directeurs du laboratoire Dever Research, coauteurs de "Manager" (Dunod)

Si l'intelligence ou l'honnêteté sont difficiles à déceler au premier abord, l'apparence physique, elle, saute aux yeux du recruteur.



La beauté : l'atout tabou qui dope CV et carrières

Depuis la haute Antiquité, l'apparence physique fait et défait les carrières. Mais si une allure avantageuse est un "plus" pour les hommes, ce n'est pas toujours le cas pour les femmes.

Miroir, mon beau miroir, dis-moi : la beauté serait-elle un sujet sensible en entreprise ? La loi du 16 novembre 2001 est sans équivoque : en matière de recrutement et d'évolution de carrière, les discriminations fondées sur l'apparence physique sont interdites en France. Mais dans les faits, l'appréciation de la beauté restant éminemment subjective, ces discriminations sont bien plus difficiles à

identifier que celles reposant sur l'âge, le handicap, le sexe ou l'origine ethnique. D'où un malaise des différents intervenants lorsqu'il s'agit de faire appliquer la loi.

Aucune association n'a fait du critère physique son cheval de bataille. La jurisprudence reste plus ou moins muette sur le sujet. Et quand la question se pose en entreprise, elle est délicate à aborder de front : porter un jugement sur la beauté supposée d'une personne, n'est-ce pas déjà se rendre coupable de discrimination ? En clair, le su-

jet gêne. Et, pourtant, les chiffres montrent que le problème est bien réel, même si son importance est diversement appréciée. Les salariés jugent ainsi que l'apparence physique est le deuxième facteur de discrimination (baromètre Cegos/Dauphine 2011), après l'âge, mais avant l'origine ethnique... alors que les responsables de ressources humaines, interrogés en parallèle, ne la citent qu'en cinquième position. Une autre enquête menée en 2003 par Jean-François Amadiou - directeur de l'Observatoire des

discriminations et auteur du «Poids des apparences» (Odile Jacob) – précise ces résultats : l'apparence physique a un impact lors de l'embauche (38% des personnes interrogées en ont été des témoins directs ou indirects), elle joue aussi un rôle dans l'obtention d'une promotion (26%) ou d'un poste de direction (21%).

«Ce qui est beau est bon.» Aristote l'affirmait déjà en son temps : «La beauté est un appui préférable à toutes les lettres de recommandation.» La recherche en psychologie sociale a montré que la plupart des individus associaient la beauté à de multiples qualités : intelligence, comportement coopératif, bien-être psychologique, honnêteté, etc. En somme, «ce qui est beau est bon», résumait Jean-Yves Baudouin et Guy Tiberghien, coauteurs d'une étude sur les représentations sociales de la beauté et de ses stéréotypes associés⁽¹⁾. La notion prend racine dans des siècles de conditionnement sociétal. On la retrouve dans les mythes de notre enfance comme Cendrillon ou Blanche-Neige, où de jolies jeunes filles sont persécutées par de vilaines sorcières ou marâtres. Notre vocabulaire quotidien y fait aussi constamment allusion. Ne dit-on pas de «quelqu'un de bien» que c'est «une belle personne»? A l'inverse, la laideur renvoie systématiquement à des caractéristiques individuelles négatives : manque de confiance en soi, mal-être, déséquilibre émotionnel, manque d'implication...

Effet de halo. On estime qu'un recruteur se forge un avis pendant les trente premières secondes de sa rencontre avec un candidat. Contrairement aux qualités dites «invisibles», comme l'intelligence ou l'honnêteté, qui sont plus longues à déceler, l'apparence saute aux yeux. Soumis à des contraintes de temps, l'employeur va s'appuyer sur celle-ci, retenir trois variables maximum, puis extrapoler pour se faire une opinion. Ce phénomène est connu sous le nom d'«effet de halo»⁽²⁾. Par exemple, s'il reçoit un individu qui porte un blouson en cuir, le recruteur aura tendance à penser que ce dernier est rebelle et antisystème et préférera ne pas prendre le risque de l'embaucher. A l'inverse, un candidat arborant un large sourire renverra l'image d'une personne sympathique et ouverte qui, par extension, devrait

LA DISCRIMINATION PHYSIQUE EN CHIFFRES

3

fois moins de chances pour les candidats obèses de décrocher un rendez-vous avec un employeur (Observatoire des discriminations). Les chauves, eux, ont deux fois moins de chances (TNS Emnid).

-5%

sur la fiche de paie pour les petites tailles

Le salaire des personnes de petite taille est inférieur de 5% à la moyenne ("Oxford Bulletin of Economics and Statistics").

230 000 \$

C'est la somme qu'une personne dotée d'un physique "agréable" gagne en plus tout au long de sa carrière (université du Texas).

93%

d'un message est véhiculé par des éléments non verbaux

La tenue vestimentaire, l'attitude corporelle et le visage comptent pour 55%, le son de la voix pour 38%. Les mots, pour seulement 7% (université de Californie).

PHOTO: PHOTONONSTOP

bien travailler en équipe. Sa candidature sera plus facilement retenue. Pour les métiers fréquemment en contact avec la clientèle comme les commerciaux, les hôtes d'accueil ou les vendeurs, ce constat se vérifie d'autant plus : les employeurs privilégient les physiques «agréables» et n'hésitent pas à faire passer leurs employés par un stage de relooking.

Le charme physique d'un individu joue donc en sa faveur, que ce soit au moment du recrutement, de l'évaluation ou de la promotion. Mais attention, il existe des

nuances. Tout dépend du sexe et du niveau de responsabilité auquel on aspire. Face à la beauté, critère d'employabilité et de promotion, hommes et femmes ne sont effectivement pas égaux.

Trop belle et trop sexy! L'attractivité d'un homme jouera toujours en sa faveur, quel que soit le poste convoité. Pour une femme, c'est plus compliqué. La recherche a montré que son charme physique constituait un avantage crucial lorsqu'elle postulait à des fonctions peu élevées (secrétaire, employée de bureau...), mais qu'il représentait un véritable handicap quand elle aspirait à des postes de direction⁽³⁾. Pourquoi? Parce que la beauté accentue les attributs liés au sexe. Plus une femme est séduisante, plus elle sera considérée comme féminine. Or on continue d'associer, de façon plus ou moins inconsciente, au profil du leader idéal des valeurs dites masculines, comme l'autorité ou le goût du pouvoir et de la performance. Pour celles qui aspirent à de fortes responsabilités, la beauté n'est donc pas toujours un gage de réussite. En août 2009, Debralee Lorenzana, une responsable américaine de Citibank, a été licenciée car elle était jugée trop belle et trop sexy. Son physique déconcentrait ses collègues, selon ses managers.

Coiffées «comme des hommes». Pas étonnant, dans ces conditions, qu'Angela Merkel ou Hillary Clinton portent les cheveux courts. Pour accéder à des métiers à haute responsabilité ou considérés comme typiquement masculins (ingénieur, technicien, policier, patron d'usine, transporteur), les femmes ont tendance à gommer certaines manifestations de leur féminité⁽⁴⁾. La coupe de cheveux est très significative, mais ce phénomène s'illustre aussi par le refus de porter des vêtements et accessoires connotés sexuellement. C'est le syndrome de la «figure de proue» : lorsqu'on se trouve en minorité, on se conforme aux codes du groupe. ■

Propos recueillis par Claire Derville

(1) Jean-Yves Baudouin et Guy Tiberghien, «Ce qui est beau est bien Psycho sociobiologie de la beauté [Presses] universitaires de Grenoble 2004

(2) Olivier De Schutter «Discriminations et marché du travail» PIE Peter Lang Collection Travail et Société numéro 28 Bruxelles novembre 2001

(3) Stefanie Johnson & al Physical Attractiveness Biases in Ratings of Employment Suitability Tracking Down the Beauty is Beastly Effect "The Journal of Social Psychology" 2010

(4) Ounaya Hidri «Se forger une apparence recrutabile!», "Travailler" vol 2, numéro 20 2008

PRESSES
0517171300506/GBJ/OTO/3

Éléments de recherche : PUG ou Presses Universitaires de Grenoble, toutes citations