

Canada
La fonction RH
cherche encore
ses marques
Page 3

Observatoire

Les salaires des cadres progressent en France

Les cadres des entreprises françaises verront leur salaire augmenter en 2012. Mais l'enveloppe se restreint, passant de 2,9% en 2011 à 2,4% de la masse salariale, selon une enquête menée par Cegos. «Il s'agit de la plus faible perspective de hausse de salaires des cadres depuis au moins vingt ans», souligne *Les Echos*. Le quotidien économique reste toutefois perplexe: «Augmenter les salaires au-delà de l'inflation, dans une période où la récession est censée nous guetter, c'est persévérer dans l'erreur économique qui consiste à délier l'évolution des rémunérations à celle de la productivité», s'inquiète-t-il. (LT)

5,185 milliards pour la recherche et la formation

La formation professionnelle en Suisse bénéficiera de 100 millions de francs supplémentaires en 2012. Après le Conseil des Etats, le National a suivi jeudi la conférence de conciliation. Cette dernière a repris la position de la Chambre du peuple, alors que le Conseil des Etats voulait couper la poire en deux en n'accordant que 50 millions de plus que ce que le gouvernement a proposé. Le National tenait, quant à lui, à respecter l'objectif de 25% de contribution de la Confédération aux Hautes écoles spécialisées, comme l'exige la loi sur la formation professionnelle. Au final, 5,185 milliards de francs seront donc octroyés à l'encouragement de la formation, de la recherche et de l'innovation. (ATS)

SUR INTERNET:

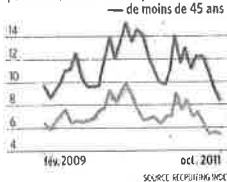
- L'actualité du marché de l'emploi
- Posez vos questions à nos chroniqueurs

www.letemps.ch/carrieres

Le graphique

En quête d'un travail

Temps consacré à la recherche d'un emploi, en mois pour un candidat: — de plus de 45 ans — de moins de 45 ans



Les demandeurs d'emploi de plus de 45 ans restent en moyenne trois à cinq mois plus longtemps au chômage que les candidats âgés entre 15 et 44 ans, souligne l'*Echo du marché du recrutement* (Recruiting Index) publié par JobUp et MC-T, en citant les chiffres du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco). (LT)

La beauté, une arme à double tranchant dans l'entreprise

> Apparence

Les employés les plus esthétiques ont de meilleurs salaires, souligne une étude américaine

> Un tiers des patrons estiment que leurs collaboratrices se maquillent trop

Albertine Bourget

Boucles brunes et taille sylphide, Manon*, Vaudoise trentenaire, l'avoue: oui, au travail, son physique lui a servi. Concrètement? Il y a quelques années, engagée comme assistante dans une firme internationale de Genève, elle se voit rapidement proposer de participer à des conférences à l'étranger. «Mes compétences n'étaient pas à la hauteur, mais mon chef avait un faible pour moi.» Des voyages qu'elle ac-

Les Adonis gagneraient 17% de plus que leurs collègues

cepte volontiers, avant de saisir qu'il y a un prix à payer. «C'est toujours à double tranchant. J'avais droit à des réflexions de certains collègues, et j'ai fini par comprendre que mon chef attendait un retour de ma part.» L'affaire se soldera de manière aigre-douce, au bout de quelques mois tendus, par le départ de Manon. Qui dit aujourd'hui avoir «appris la leçon. J'ai compris que je misais trop sur mon charme, alors que c'est plus difficile à gérer que quelque chose de raisonné et de clair, comme les compétences. Et j'en fais moins.»



DESIGN ORIGINAL DE WAZARA

En Suisse, il n'existe pas encore d'étude sur l'impact de la beauté dans le cadre professionnel, même si des politologues ont déjà travaillé sur le rôle de l'apparence dans les succès électoraux. Mais cette année, de nouvelles études, notamment américaines, sont venues rappeler que la beauté était un facteur à ne pas négliger dans le monde du travail.

La dernière en date, *Beauty Pays!*, fait beaucoup parler outre-Atlantique et de par le monde. Son auteur, Daniel S. Hamermesh, professeur en sciences économiques à l'Université du Texas à Austin, travaille depuis des années sur le concept de «pulschronomics», comprendre la science économique de la beauté, du latin *pulchritudo*. Statistiques à l'appui, *Beauty Pays* démontre, par le biais d'une échelle évaluant la beauté de 1 à 5, que les actifs gâtés par la nature gagnent davantage et font faire plus de bénéfices à leur entreprise que les autres. Selon ces calculs, basés sur des données amé-

ricaines, les hommes les plus beaux gagneraient 17% de plus que leurs collègues les moins avantagés, contre 14% pour les femmes les plus belles par rapport à leurs collègues féminines.

Car contrairement à une idée souvent répandue, les Adonis bénéficieraient plus que les femmes de cette injustice biologique. Notamment au moment de l'embauche et dans des postes où l'image compte, comme la télévision ou la vente. Mais aussi dans des secteurs où l'apparence n'a priori aucune importance, comme l'enseignement. «Il m'est très difficile de vous citer une branche où cela ne compte pas. Sauf pour certaines activités criminelles, où c'est mieux d'être laid», indique Daniel S. Hamermesh. A moins de vouloir faire carrière dans le braquage, c'est un peu injuste, non? «Totalement!» rit le professeur à l'autre bout du fil. «Mais c'est ainsi. Les recruteurs qui vous jurent, la main sur le cœur, que le physique n'entre pas en ligne

de compte ne disent pas la vérité. Par contre, il est vrai que cela joue de manière inconsciente. Ce n'est pas calculé.»

En Suisse, certains recruteurs ont refusé de nous répondre, arguant de l'absence de données fiables. Michel Ganouchi, Country Manager de Monster Suisse, a bien voulu évoquer son ressenti. «Si l'on a un contact avec la clientèle, il semble logique que l'apparence importe davantage. C'est injuste, oui, mais les gens beaux sont souvent plus populaires et socialement mieux intégrés. Cela augmente leur confiance en eux, ce qui se répercutera ensuite au travail. Mais, ajoutez-y, la beauté reste quelque chose de très relatif. Ce qui compte avant tout, c'est une apparence soignée, des bonnes manières ainsi que la personnalité et la manière de communiquer.»

Le revers de la médaille? L'effet «bimbo», indique Daniel S. Hamermesh. Soit l'idée qu'une belle femme n'a rien dans la tête. «Alors qu'il n'y a évidemment aucun lien. Le physique, vous en héritez, vous n'y pouvez rien», rappelle l'économiste. Emille*, Genevoise, confirme avoir été aidée par son joli minois et sa blondeur «à l'entretien d'embauche. Mais après, il faut veiller à bien faire ses preuves pour ne pas rester cataloguée au rang de la blonde sans cervelle, surtout si, comme moi, on travaille dans un milieu d'hommes. D'ailleurs, avec mes collègues masculins de bureau, je ne suis pas du tout dans la séduction, alors que j'en joue avec mes rendez-vous professionnels.»

Pour les femmes, gérer physique et apparence n'est pas de tout repos, comme l'illustrent deux récentes études. Selon la première, américaine¹, les femmes maquillées seraient prises plus au sérieux que leurs consœurs au visage sans fards, mais jusqu'à un certain point; si le maquillage est considéré comme trop important, les femmes perdent en crédibilité. D'ailleurs, selon la seconde étude, un sondage réalisé au Royaume-Uni par Office Broker auprès de 500 chefs et cheffes d'entreprise, un patron sur trois trouverait ses em-

ployées trop maquillées... Mic Ganouchi, responsable de Mon Suisse: «En faire trop ou pas assez peut effectivement être contre-productif. Et puis, les vêtements en sent beaucoup sur la personnel que l'on soit overdressed ou dan laisser-aller. Les bons candidats: révelent, entre autres, dans l'empathie vis-à-vis du milieu professionnel qu'ils visent à intégrer qui s'exprime aussi par leur ten

Les femmes que nous avons interrogées, elles, ont pris conscience de leur image, et la contrôlent. I non a «appris à ne pas trop faire». Finis le rouge à lèvres, décolletés et les jupes cour «même si, spontanément, j'au envie de me maquiller et de ne r tre que des talons hauts», rit-ell

En arrivant sous la Coupole fé rale, majoritairement masculins journaliste Romaine Morard, b brune aux yeux bleus, a fait parti lièrement attention, elle aussi. première année, je n'ai mis que pantalon. Je voulais que le r sage soit clair et sans ambiguïté. Après deux années à la radio, e' été engagée comme correspd ante parlementaire pour la T Son physique a-t-il joué? «Je s pose que si j'avais eu un énor défaut physique, je n'aurais pas prise. Mais j'ose penser que c'est tout dans lequel mes compéten priment.»

Si le maquillage est considéré comme trop important, les femmes perdent en crédibilité

La linguiste et auteure Stép nie Pahun, au discours posé et ministe, étonne certains avec blondeur et son maquillage gné. Que dit-elle de l'apparenc chotomie entre son look glam et son discours? «Je ne souhaite mettre en avant mon appare Mais j'avoue y faire attention, e l'adapte surtout aux cadres d lesquels je me trouve.» Elle pré «On m'a parfois reproché d'inn ner certains stéréotypes fémin alors que je le dénonce. Pour n le souci de soi n'est pas lié au sex préterais exactement la même tention à mon apparence si j'é un homme, et il n'a rien d'incom tible avec le féminisme que je fends.»

Enfin, Daniel S. Hamerm tempère. «D'abord, la beauté r jamais totalement objective. C reste une question de percepti Et puis, à partir du moment où a fait ses preuves, cela compte demment moins. Le physique Barack Obama l'a peut-être aic se faire connaître, mais une fois poste, ce sont ses compétences font la différence.»

*Les prénoms ont été modifiés.

1. «Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful», de Daniel S. Hamermesh, Princeton University Press, 2011.

2. «Cosmetics as a Feature of the Extended Human Phenotype: The Modulation of the Perception of Biologically Important Facial Signals», PLOS ONE, 2011.

90% des candidats se vendent mal

> Emploi Les Suisses, trop modestes, peinent à présenter leurs qualités

«Les chercheurs d'emploi ont beaucoup de difficulté à faire valoir leur expérience», regrette Tino Senoner, directeur général de MC-T. Depuis deux ans, la société d'analyse du marché du recrutement a effectué des tests d'employabilité avec une soixantaine de chercheurs d'emploi de tous niveaux hiérarchiques. Résultat: «Plus de la moitié des candidats ne font valoir qu'un quart de leur potentiel effectif», déplore Tino Senoner.

«Alors que l'offre d'emploi correspond bien aux aspirations et aux compétences des candidats, ces derniers n'arrivent pas à faire «passer le message», regrette le spécialiste. Seuls 11% d'entre eux réussissent à mettre en avant plus de la moitié de leur expérience, par rapport au profil décrit dans l'annonce.»

Les tests, menés par MC-T, étaient organisés sous la forme d'un jeu de rôle: les chercheurs d'emploi postulaient pour une offre qui les intéressait. L'exercice était filmé puis la vidéo présentée à l'intéressé. «Ils ont pu réaliser à quel point ils étaient loin de ce qu'attendait l'entreprise, relate Tino Senoner. Dans leur CV et leur lettre de motivation également, ils peinent à se mettre en valeur.»

S'exercer avant l'entretien

Pour le directeur, les Suisses souffrent de modestie. Et ils manquent de pratique. «Beaucoup d'étudiants ont été embauchés à la sortie de leurs études, puis sont restés en poste pendant 15 ans. Ils n'ont pas appris à se battre sur le marché. Contrairement aux Alle-

mands par exemple. Les chercheurs d'emploi en Suisse doivent apprendre à se profiler, car les procédures de sélection dans les entreprises deviennent de plus en plus rapides et la concurrence internationale s'accroît.»

«Quand vous avez un poste en vue, faites-vous tester avant!» conseille Françoise Piron, directrice de Pacte. Comme l'association lausannoise, de nombreuses institutions offrent ce type de coaching, «mais vous pouvez simplement vous exercer avec un ami, bienveillant, qui connaît toutes vos qualités. Car si les candidats ont de la peine à «se vendre», c'est qu'ils ne remarquent plus leurs atouts – qu'ils considèrent comme «normaux» – et restent bloqués sur leurs défauts», souligne-t-elle. Sandrine Hochstrasser