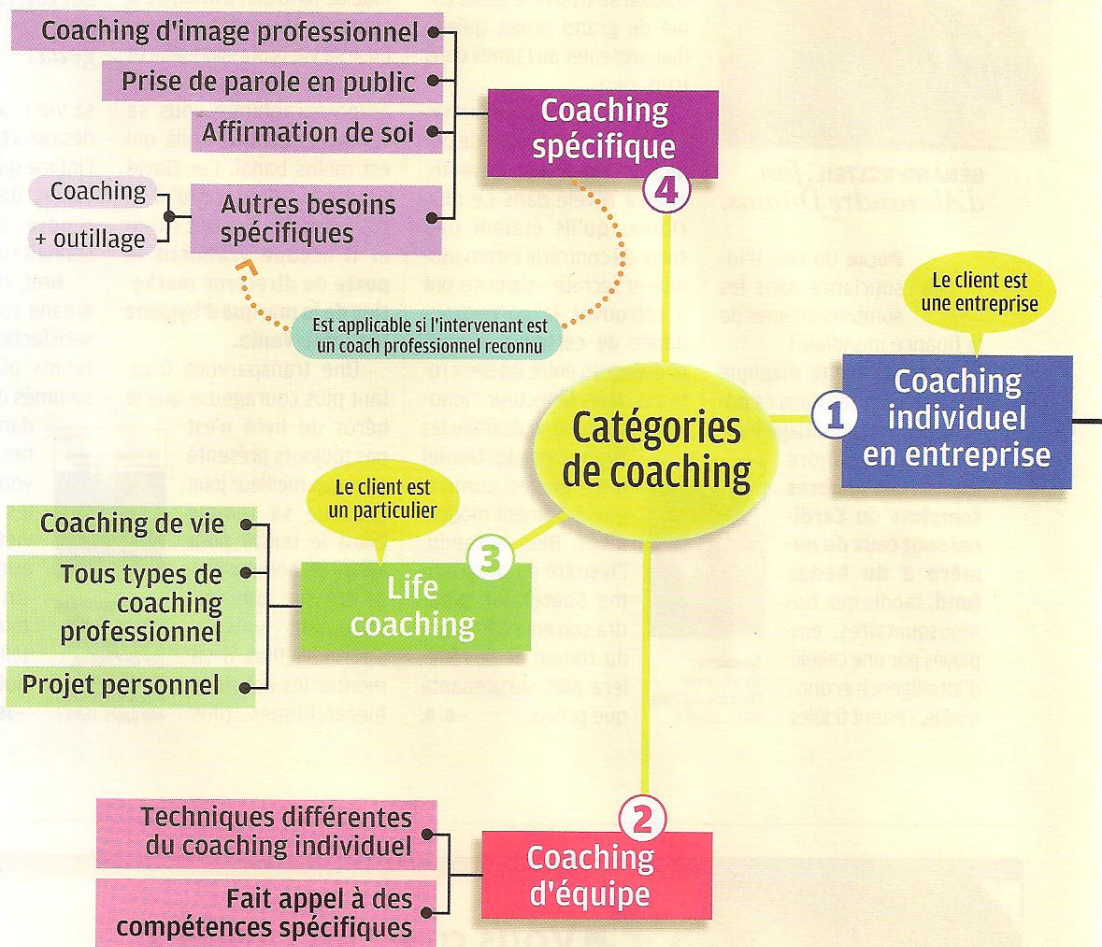


Un coach,



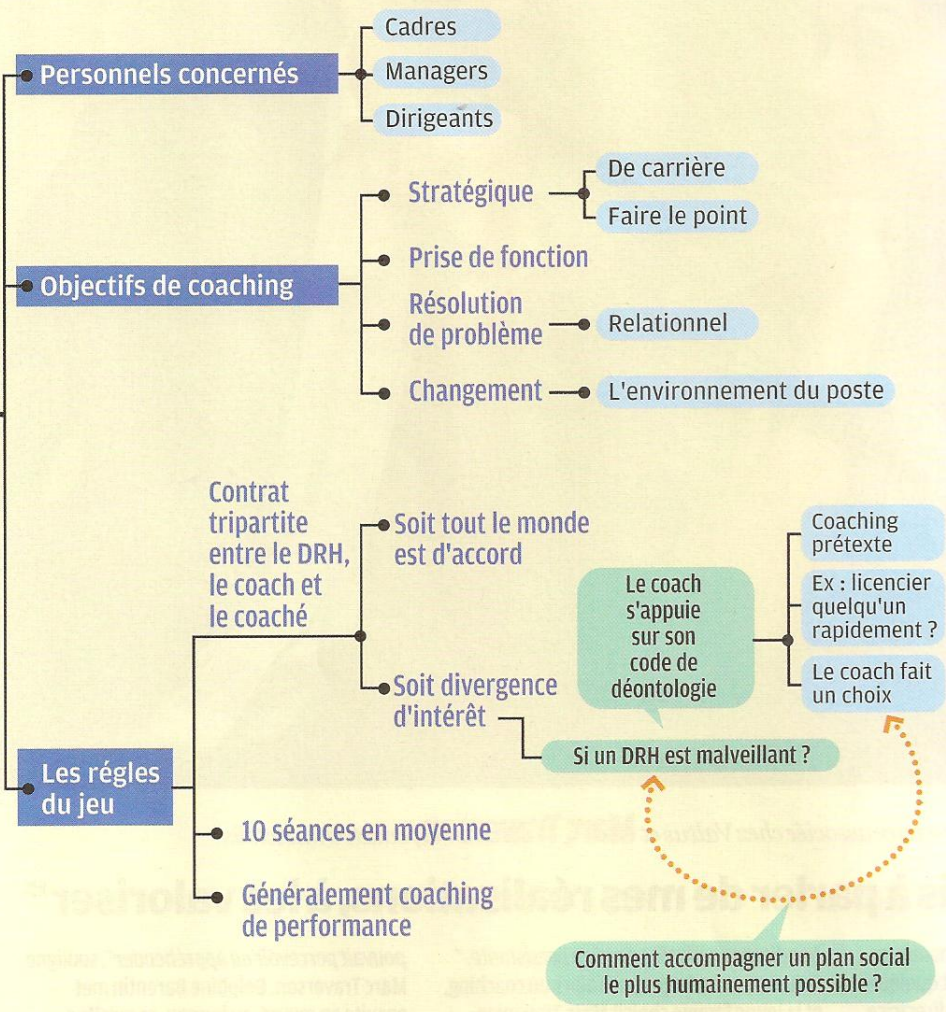
Prosper Carlis - Mars 2010

*Il est entré sous toutes ses formes dans l'entreprise et **explose** maintenant chez les cadres qui y ont recours, de façon individuelle, pour booster leur carrière. Mais à quoi sert vraiment le coaching ?*

EN QUELQUES ANNÉES, LE COACH est devenu incontournable dans la vie des entreprises. Aujourd'hui, c'est presque l'ordinaire des ressources humaines que d'offrir les services de ce professionnel de l'accompagnement à un col-

laborateur qui décroche de nouvelles responsabilités, qui doit apprendre à parler en public ou qui affronte un changement professionnel important – positif ou pas. *« Depuis dix ans, nous assistons à une vraie démocratisation du coaching,*

pour quoi faire ?



1 En entreprise, le coaching individuel doit répondre à des règles d'éthique où le coaché doit être protégé.

2 Le coaching d'équipe est aujourd'hui dans l'air du temps pour faire travailler les gens ensemble.

3 Les particuliers font appel au coaching pour orienter leur carrière, réussir un projet ou améliorer divers aspects de leur vie.

4 En entreprise ou en individuel, une forte demande se développe pour des coachings spécifiques tournés vers le développement personnel - prise de parole, image professionnelle...

INFOGRAPHIE: PASCLA TESTANIERE

confirme Pascal Domont, vice-président de la SF Coach, l'une des fédérations françaises de coaches. *Pendant longtemps, il a été réservé aux dirigeants, puis au « middle management ». Aujourd'hui, les managers de proximité y ont souvent recours.* Comment expliquer cette irruption d'un tiers dans la relation entre cadres et équipe dirigeante? *« Les entreprises, tout comme le public, ont réalisé qu'il y a une efficacité propre au coaching, c'est-*

à-dire des objectifs à remplir en un laps de temps relativement court », avance Thierry Roubira, fondateur du cabinet Cap Réussite. Une sorte d'idéal d'efficacité qui rappelle celui auquel les entreprises aspirent. D'où cette question : le coaching ne serait-il pas perçu comme un moyen de façonner des individus capables de supporter la pression des objectifs et l'anxiété des nouvelles organisations? Ou pire : comme une soupe

ENTHUSIASTE OU DÉÇU... RACONTEZ-NOUS COMMENT ÇA S'EST PASSÉ AVEC VOTRE COACH
 @
courriercadres.com/coaching-cc42

commode pour des groupes recherchant plus des sportifs de haut niveau que des cadres, afin de ne surtout rien changer à leur fonctionnement ?

C'est ce qui explique qu'un coach choisi et rémunéré par les DRH soit couramment l'objet de méfiance, voire de défiance chez les coachés. Et s'il travaillait en service commandé ? Et s'il "rapportait" ? Certes, l'éthique des coachs les enjoint à la neutralité et à la confidentialité, mais beaucoup reconnaissent que la tension existe bien au sein des entreprises. "Certains groupes veulent même faire de nous des alibis, explique Thierry Roubira. Parfois, nous sommes la dernière étape avant le licenciement. Pour montrer qu'ils ont tout tenté..." Mais le succès du coaching s'explique aussi par une tendance lourde – et positive pour le coup – de notre époque : l'individualisation des parcours. Fini le temps où les destins professionnels des salariés étaient tracés pour deux décennies dans les bureaux des DRH ! La plupart des cadres ont pris la barre de leur carrière pour pouvoir l'orienter selon leurs vœux et trouver du sens à leur travail. D'où l'explosion du coaching particulier, c'est-à-dire choisi et payé par des salariés à l'insu de leurs dirigeants. "Il est là, le changement de fond, souligne Thierry Rou-

Finis le temps où le destin professionnel des salariés était tout tracé.

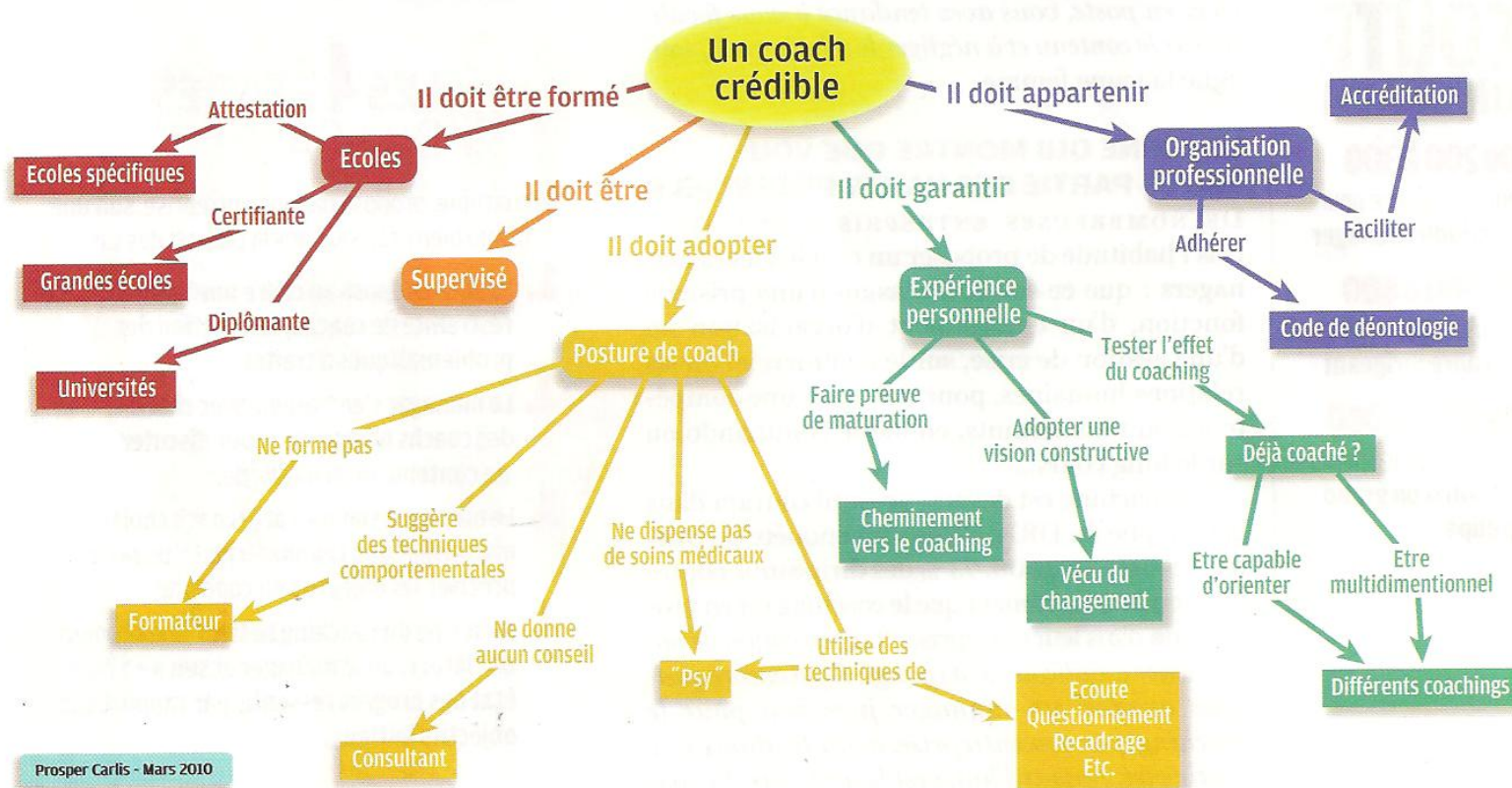
bira. Quand j'ai ouvert mon cabinet en 2004, les clients étaient presque uniquement envoyés par des entreprises. Aujourd'hui, les particuliers sont aussi nombreux." C'est dans ce contexte que se sont développées de nouvelles formes de coaching, comme par exemple le coaching d'image professionnelle. Longtemps assimilé au simple relooking, il s'est peu à peu fait une place, y compris dans les entreprises. "Il s'agit de faire prendre conscience à la personne de son image non verbale, pour établir une cohérence entre les aspects personnels et professionnels", explique Catherine Sexton, dirigeante d'un cabinet spécialisé en communication et vice-présidente de l'Association française pour l'image personnelle et professionnelle (Afipp). Pour Aude Roy, présidente de l'Afipp, "les coachs d'image viennent de métiers très divers, du stylisme à la communication en passant par le marketing." Une approche recherchée par les individus ou les équipes, les commerciaux ou tous ceux qui ont à défendre une image publique, dans la vie ou sur internet.

Reste à trouver le bon coach, ce qui, en individuel, n'est pas toujours simple. L'autonomie, maître mot du coaching, cela s'apprend !

—ARNAUD GONZAGUE

COMMENT CHOISIR SON COACH

S'il est impossible de savoir quel sera votre coach idéal, il existe cependant des codes de déontologie qui vous aideront à le choisir. N'hésitez pas à questionner votre futur coach sur les critères indiqués ci-dessous. Il doit pouvoir vous répondre sur tous ces points.



Prosper Carlis - Mars 2010

QUE VALENT LES ACCREDITATIONS ?

Trois organisations labellisent les coachs : l'AEC-EMCC France (Association européenne de coaching), l'ICF France (International Coach Federation) et la SFCoach (Société française de coaching). Par un dossier écrit et un entretien, elles vérifient que leurs membres ont été formés, qu'ils ont déjà une certaine pratique, et qu'ils ont accompli un "travail sur soi". A noter que l'Afipp (Association française pour l'image personnelle et professionnelle) propose une charte de qualité et prépare une certification pour son 10^e anniversaire, en novembre 2011. En théorie, le fait d'appartenir à une organisation garantit que le coach respecte sa déontologie (respect de la confidentialité, non appartenance à un mouvement religieux...) et qu'il est supervisé régulièrement par ses pairs. Pour les coachés, c'est aussi une possibilité de saisir un comité de discipline en cas de litige. Mais attention, sur les 380 adhérents de l'AEC, 110 seulement sont "titulaires", donc dûment accrédités. Sur les 520 membres de l'ICF, 80 sont certifiés. Il y a quelques années, la SFCoach a fait un grand ménage, réduisant ses effectifs de 600 à 250 membres, mieux encadrés. Mais parmi eux, 50 sont encore "postulants", c'est-à-dire pas encore labellisés