

## LE COACHING... ENCORE TABOU ?

# OU COMMENT L'ABORDER EN CONFIANCE ?

Pour certains, le coaching reste encore mystérieux, et fait encore l'objet de fortes résistances ou de méconnaissances. Pourquoi ? Quels en sont les obstacles ? Et comment les surmonter, pour le plus grand bien des hommes de l'Entreprise ?

La pratique du coaching en Entreprise reste encore discrète et peu démocratisée, malgré les besoins immenses dans ce domaine qui a fait ses preuves. Qui peut développer cette pratique qui sert à la fois le développement de la performance et l'épanouissement des Hommes ?

### Les coachs eux-mêmes

Cette profession relativement récente est encore en phase de maturation et de structuration de son identité. Certains consultants, de formations et d'expériences insuffisantes, exercent sans véritable légitimité.

#### Et pourtant !

Les écoles de coaching, l'université, les associations de coaching, les Instituts du Management et les directions des Relations Humaines oeuvrent ac-

tivement pour professionnaliser et structurer la profession : formations certifiantes, référencements, habilitations, les professionnels confirmés et reconnus peuvent aider les Entreprises à choisir leurs coachs, en leur donnant les outils de sélection appropriés

### L'Entreprise

L'entreprise a besoin de rationnel, de maîtrise, de contrôle, de mesure du résultat. Dans cette optique, le coaching peut susciter une certaine réticence à introduire du complexe, du non mesurable.

**Et pourtant !** La réalité de l'Entreprise n'est-elle pas celle de la complexité, celle du monde du vivant, des hommes et des femmes qui la composent, avec leurs lots d'interrogations, de sentiments, d'émotions, d'enthousiasmes. Le coaching permet de réconcilier l'économique et l'humain, le relationnel et l'irrationnel, la pensée et le cœur, le faire et l'être, l'Homme et l'Entreprise.

Par ailleurs, l'Entreprise en France, contrairement aux Etats-Unis, perçoit encore trop le coaching comme un remède à des insuffisances.

**Et pourtant !** si l'on prend l'image du coaching sportif dans le domaine du tennis par exemple, on constate que ceux qui ont un coach sont plutôt dans les 100 premiers mondiaux et ont un potentiel de champion. Il en va de même dans l'Entreprise : le coaching concerne bien sûr les « potentiels » pour qu'ils renforcent, dans le cadre de leur mission, leurs compétences et leur identité personnelle et managériale.

### Le manager

Le manager (coaché) participe aussi, dans une certaine mesure, à entretenir le mystère. Le souci d'un dirigeant peut-être de métriser la promotion de son image de dirigeant au sein de l'Entreprise : « *jusqu'où, en tant que dirigeant, puis-je me donner la permission de remettre en cause, de douter, d'avoir envie de développer ? Comment les salariés vont-ils interpréter le fait que je me fasse accompagner par un coach ?* ». Son besoin sera donc d'entretenir une grande discrétion sur le sujet. Le coach lui-même, détenteur de confidences du dirigeant, fera preuve d'une grande réserve et ne pourra pas faire état, sauf accord du client, de réalisations probantes nominatives, auprès de tiers.

Par ailleurs, certains pensent que la dimension psychologique n'a pas place dans l'Entreprise. Le « *pas d'états d'âmes dans l'Entreprise* » reste encore très présent dans la culture. Le psychologique fascine.

**Et pourtant,** la puissance d'un Dirigeant ne réside-t-elle pas dans sa faculté à se remettre en cause, à accepter d'être authentique, à faire preuve d'humanité, et à percevoir que les principales motivations se situent dans l'émotionnel ? Qui les salariés ont-ils envie de suivre ? Certainement celui qui porte le Sens, qui écoute et reconnaît chacun, tout en sachant être ferme sur les décisions.

### Alors !

Pourquoi refuser, par méconnaissance ou par à priori, une approche qui stimule la performance ? d'Autant plus que le modèle du coaching s'est adapté au modèle économique en proposant des processus maîtrisés :

Le choix des coachs ou le référencement de cabinets répond à des critères bien définis.

Les contrats de coaching définissent des objectifs entérinés par les coachés et leur direction (hiérarchie et/ou DRH).

Des points intermédiaires et des bilans en fin de démarche sont prévus.

Le mystère ne réside pas dans le coaching lui-même qui a su prouver son intérêt économique; il se situe plutôt à l'intérieur de l'homme, et c'est cela qui fait toute la grandeur et la complexité de ce métier. ■



Denis VELTER

Rubrique dirigée par  
Denis VELTER  
Coach