Coaching professionnel et qualité de vie au travail

Inspiré des pratiques propres au monde sportif, le coaching professionnel se développe en France depuis les années 90.

Levier d’accompagnement de la conduite du changement par le soutien de la progression des personnes, le recours au coaching dans l'entreprise est le signal d’une culture managériale à forte exigence professionnelle : l’entreprise fait le choix d’une ligne de conduite animée par la responsabilité sociale à l’égard de ses collaborateurs comme à l’égard de ses clients :

* Les femmes et les hommes qui composent l’organisation sont mieux pris en compte dans leurs aspirations professionnelles à servir l’organisation avec leurs spécificités individuelles, dans une plus grande autonomie, responsabilité, créativité.
* L’adéquation optimisée entre le système organisationnel et les individualités rend l’organisation plus performante et augmente les probabilités d’une meilleure réponse aux besoins du marché.

C’est aujourd’hui une démarche largement reconnue au sein des entreprises – privées comme publiques - qui sont confrontées à des enjeux similaires à ceux du sport en termes de recherche de l’excellence.

Le métier de coach s’est progressivement organisé avec l’émergence de fédérations professionnelles dont la vocation est la professionnalisation du coaching.

Ainsi, l’appartenance du coach professionnel à une fédération reconnue, et son accréditation

par l’une d’elles au moins, constituent une garantie de professionnalisme et de fiabilité.

Les 3 fédérations les plus reconnues en France :

* SF Coach, Société Française de Coaching [www.sfcoach.org](http://www.sfcoach.org)
* ICF, International Coach Federation France [www.coachfederation.fr](http://www.coachfederation.fr)
* EMCC, Association Européenne de Coaching [www.emccfrance.org](http://www.emccfrance.org)

Définition

Le coaching professionnel est un processus d’accompagnement dont le but est l’optimisation du potentiel de la personne accompagnée dans le contexte de son environnement professionnel.

Le cadre du coaching professionnel constitue un espace privilégié, protégé par la déontologie du coaching, dans lequel la personne accompagnée peut repérer, contourner ou évacuer ce qui fait obstacle à son développement, exprimer son désir et ses aspirations, mobiliser et développer ses atouts, acquérir de nouvelles compétences.

Le coaching se différencie du conseil, de la thérapie, de la formation, en se positionnant comme une démarche de co-construction entre coach et coaché, qui prend appui sur la spécificité de la relation de coaching.

En effet, c’est dans ce contexte relationnel singulier, dans un dialogue ouvert, cadré, sans jugement, sans complaisance, à l’écart de l’environnement professionnel et du contexte familial et amical, que le coaché va mettre en place les solutions pour progresser vers son objectif.

Le coaché choisit son coach. Ainsi, la qualité de la relation et de l’alliance entre coach et coaché est-elle un pivot essentiel de la réussite du coaching.

Le besoin de coaching

De façon pratique, le besoin de coaching vient de la rencontre avec une situation problématique, récurrente ou pas.

A l’origine, le coaching s’est appliqué principalement aux dirigeants d’entreprises.

Aujourd’hui, cette démarche est reconnue bien plus largement dans l’entreprise comme pouvant aider chacun à franchir un cap difficile. Egalement baptisée thérapie du bien-portant, plus qu’à une souffrance psychologique, cette démarche répond au besoin d’appréhender une situation nouvelle en mettant tous les atouts de son côté pour passer le cap.

Elle répond à cette question : Comment faire pour … ?

Quelques exemples de situations de coaching

Vous voulez :

* Réussir votre prise de fonction
* Mobiliser et développer vos compétences managériales, déléguer, communiquer
* Reconfigurer vos relations et vos interactions : avec votre hiérarchie, votre équipe, vos collègues
* Elaborer et organiser votre projet professionnel quel qu’il soit
* Améliorer votre communication, vos interactions
* Redonner du sens à votre parcours après un burn-out, questionner le sens de la mission et les valeurs
* Repenser et redéfinir votre relation au travail, fonctionner et agir plus en conformité avec vos valeurs et vos aspirations
* Restaurer votre confiance en vous, reprendre la main

Modalités - La démarche de coaching

L’intervention de coaching prend appui sur la demande du coaché et les attentes qui en découlent. La collaboration se construit de séance en séance. Elle contribue à préserver, à restaurer, le lien gagnant-gagnant entre la personne coachée et son univers professionnel, l’entreprise, l’organisation.

Au moment de s’engager ensemble dans la relation de coaching, coach et coaché se sont mis d’accord sur : la direction de travail, la durée de leur coopération, le nombre de séances (de 4 à 8 le plus souvent) et leur fréquence, le prix et les modalités de règlement.

Tous ces paramètres sont explorés lors du premier entretien (entretien préalable en face-à-face, ou par téléphone) afin de prendre la décision qui convient.

**2 cas de figure se présentent** :

Le coaching professionnel est financé par l’entreprise (accord de la hiérarchie et/ou de la DRH)

Le collaborateur concerné formule une demande de coaching, en accord avec sa hiérarchie ou bien sur proposition de celle-ci.

* L’entreprise propose alors à son collaborateur de rencontrer au moins 2 coachs.
* Entretien préalable coaché-coach
* Choix du coach par le futur coaché
* Entretien tripartite de début : il réunit le coaché, le coach, le supérieur hiérarchique ou le DRH : l’entretien tripartite de début permet de valider les fondations du coaching avec l’entreprise (prescripteur) : direction de travail, durée, nombre de séances.
* Contractualisation
* Déroulement des séances
* Entretien tripartite de fin : nouvelle rencontre entre coaché, coach et supérieur hiérarchique ou DRH. Pour évaluer les résultats, encourager la progression, mettre en perspective.

Le coaching professionnel est financé par le coaché

Le futur coaché cherche un coach : bouche-à-oreille, annuaire des fédérations de professionnels

* Choix du coach (entretien préalable en face à face, ou par téléphone…)
* Contractualisation
* Déroulement du coaching

Le prix du coaching est établi en fonction du mode de financement : financement par l’entreprise, ou financement particulier.

Tarif d’un coaching

**Source : Le Baromètre 2010 sur la pratique du coaching en France**\*, mené par Dauphine Junior Conseil au printemps 2010, à la demande de la Société Française de Coaching [www.sfcoach.org](http://www.sfcoach.org)

Le contexte - financement par l’entreprise ou financement personnel – et le nombre de séances, sont les deux paramètres principaux intervenant sur le coût global du coaching. Ensuite, est prise en compte la position sociale de la personne coachée (dirigeant d’entreprise, cadre, indépendant, employé, étudiant etc.)

**A titre indicatif**, le prix d’un coaching professionnel peut s’évaluer\* ainsi :

Tarif entreprise : coaching professionnel décidé et financé par l’employeur.

6 à 10 séances en moyenne

Sur une durée de 3 à 6 mois, séances de 1 à 2 heures,

Prix moyen allant de 5 000 € à 10 000 €.

Tarif personnel : coaching professionnel décidé et financé par un particulier.

100 à 200 € l’heure

5 à 10 séances en moyenne

Sur une durée de 3 à 8 mois, durée des séances de 1 à 2 heures.

Prix moyen allant de 800 €uros à 2 000 €uros.

Quelques éléments d’éthique et de déontologie du coaching professionnel

* Le coach est tenu au secret professionnel. Il respecte en tous points le code de déontologie de la profession en se référant à la Charte Déontologique de l’une des fédérations actives en France.
* Le coach professionnel a impérativement effectué un travail thérapeutique personnel approfondi.
* Sa pratique est régulièrement supervisée par un professionnel. Il connaît par ailleurs l’intérêt du travail en réseau qui permet partage d’idées, et partenariats.
* Le coach a reçu une véritable formation au métier. La reconnaissance de sa formation et de son expérience professionnelle par au moins une fédération professionnelle, au moyen de la certification et de l’accréditation, constitue un gage de fiabilité et de professionnalisme.
* Le coach professionnel a une grande expérience de l’entreprise et des organisations.

Il a lui-même exercé des fonctions en entreprise.

Les 3 fédérations de professionnels les plus connues en France :

SF Coach : Société Française de Coaching [www.sfcoach.org](http://www.sfcoach.org)

ICF : International Coach Federation France [www.coachfederation.fr](http://www.coachfederation.fr)

EMCC Association Européenne de Coaching [www.emccfrance.org](http://www.emccfrance.org)

**Sources**

* Le coaching – Pierre Angel, Patrick Amar PUF/2005
* Site internet Société Française de Coaching [www.sfcoach.org](http://www.sfcoach.org)