

# La Tribune

Emploi & carrière, vendredi 23 mars 2007

## Cinq points essentiels pour le choix d'un coach, Marie Peronnau

Les cadres sont toujours plus accompagnés par des coachs. Mais dans ce monde, le meilleur côtoie le pire. Voilà les pistes à suivre pour éviter la catastrophe.

Prise de fonction, gestion de conflits, accélération de carrière : les raisons de faire appel à un coach sont nombreuses. Tout comme les intervenants : 3000 personnes déclaraient en 2005 exercer cette activité ! Si vous souhaitez être coaché mais que vous êtes un peu perdu pour faire votre choix, voici quelques critères qui vous aideront à sélectionner un professionnel sérieux.

### SON PROFIL

Idéalement, un coach a une double formation. Diplômé d'une école de commerce ou d'ingénieur, il a suivi un cursus en sciences humaines ou une formation propre au coaching. Une expérience significative en entreprise est préférable. Elle garantira une connaissance, de l'intérieur, du fonctionnement et des enjeux du monde professionnel de la part du coach.

### SA REPUTATION

Pour s'assurer du sérieux et des compétences d'un professionnel, rien ne vaut la réputation et le bouche à oreille. Il est indispensable de demander ses références, la durée et la nature des missions qu'il a exercées. Adressez-vous également aux organisations professionnelles qui ont mis en place des systèmes d'accréditation de leurs membres, comme la Société Française de Coaching ( [sfcoach.org](http://sfcoach.org)), la section française de l'International Coach Federation ( [icffrance.org](http://icffrance.org)) ou la branche "Conseil en évolution professionnelle" du Syntec ( [syntec.evolution-professionnelle.com](http://syntec.evolution-professionnelle.com)).

### SA DÉONTOLOGIE

Tous ces organismes ont également mis en place des chartes déontologiques pour encadrer cette activité en plein essor. Parmi les grands principes que toutes ont adoptés et que dispensent les écoles de formation sérieuses, on peut en citer trois principaux : le respect de la confidentialité (qui interdit la communication d'informations à un tiers sans l'accord du client), la neutralité (pour laisser le coaché maître de ses décisions et éviter les abus d'influence) et l'obligation morale de ne pas accepter ou de se retirer d'une mission si elle n'est plus de son ressort (par exemple si la problématique relève plutôt d'une psychothérapie).

### SA MÉTHODE

Il existe une vingtaine de méthodes de coaching : l'analyse transactionnelle, la Process Communication, le MBTI, la PNL (Programmation neuro linguistique) font partie des plus connues. Il est rare qu'un coach ne soit formé qu'à un seul outil. La plupart ont suivi une formation sur deux ou trois méthodes pour les appliquer en fonction de la problématique qui leur est soumise. N'hésitez pas à lui demander celles qu'il utilise et pour quelles raisons. Enfin, exposez lui un cas concret et demandez lui de vous exposer la manière dont il s'y prendrait pour résoudre le problème. Vous verrez vite s'il est perdu, s'il maîtrise sa méthodologie et surtout si vous êtes en phase avec lui.

### SES TARIFS

Le tarif d'un contrat de coaching individuel en entreprise oscille entre 5.000 et 10.000 euros pour une douzaine de séances (de deux à trois heures). Si vous êtes étudiant, chômeur ou salarié en période d'essai, vous pouvez tenter l'expérience d'un "coaching solidaire" auprès de l'Association européenne de coaching ( [aecoaching.org](http://aecoaching.org)). Cet accompagnement gratuit vous sera alors dispensé par des coachs qui démarrent leur activité et qui sont encadrés par des membres de l'association.