

## ENQUETES TENDANCE

### COACHING

#### LA FIN DE L'ELDORADO

Effet de mode, foisonnement des offres et des méthodes ... L'euphorie du début des années 2000 fait place à une demande raisonnée. Le métier de coach se recentre sur des créneaux spécialisés et de nouvelles niches.

*Cela fait bien deux ou trois ans que mes collègues anglais me prédisent une explosion du marché du coaching comme cela s'est passé chez eux, constate Elena Fourès, coach et fondatrice du cabinet Idem Per Idem. Mais je ne vois rien venir ...* Après des débuts fulgurants avec une croissance de 20 % par an entre 2000 et 2003, d'après la Société française de coaching (SF Coach), la principale association professionnelle, les affaires stagnent depuis l'an dernier. "Nous sommes dans un secteur neuf, né il y a 5 ou 10 ans à peine, plaide Patrick Amar\*, coach et enseignant à l'université Paris VIII. L'offre a crû de façon exponentielle, alors que la croissance de la demande n'est que rapide." Trois cents mentors arrivent chaque année sur le marché quand, sur les 3 000 praticiens dénombrés par la SF Coach, seuls 10 % vivraient de leur activité ... La concurrence est rude sur ce marché dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 130 millions d'euros. Il reste en effet des bastions de résistance en France. Dans son ouvrage, Maîtriser le coaching, Isabelle Frings-Juton, elle-même coach, en analyse les causes: méfiance à l'encontre des techniques psy, pratiques hétérogènes, résistance culturelle à toute influence anglo-saxonne. Et flou de la définition. Car à force d'être galvaudé, le mot a perdu de sa crédibilité. Les émissions de télé et la presse féminine parlent de coaching de look, de forme, de séduction, de shopping, etc. D'où une confusion des genres.

#### **Deuxième souffle.**

Assiste-t-on pour autant à la fin d'une période bénie? Ce n'est pas l'avis de Joël Brugalières, président de SF Coach. Selon lui, la pratique est d'abord victime de son succès. Le marché arrive à maturité: "Nous arrivons au moment où le travail déjà effectué doit être digéré, dans l'attente d'un deuxième souffle." Une fois les premiers coachés passés à la moulinette, il faut attendre un renouvellement du marché ... Catherine Blondel réalise 20 % de son CA avec des patrons de PME et, fait notable, 10 % avec des particuliers. Cette dernière clientèle semble se développer chez la plupart des praticiens. La SF Coach parle de 10 à 20 % des demandes. Un collègue, un ami, un membre de la famille a apprécié un coaching, et fait passer le message. Quand ils sont en litige avec un employeur, les cadres ont le réflexe de recourir à un avocat. Tout naturellement, ils font appel à un accompagnement pour négocier un tournant de leur vie, mener une recherche d'emploi, ou faire le point. Un pas vers un coaching plus personnel ? •

**Marie-Nadine Eltchaninoff**