

Phénomène

La vie mode d'emploi**Les coachs sont mis à toutes les sauces : on fait appel à eux pour changer de vie, de boulot ou de rideaux dans le salon. Mais pourquoi avons-nous tant besoin d'eux ?**

Etes-vous content de votre job ? Satisfait de votre vie amoureuse ? En accord avec vous-même, votre silhouette, votre garde-robe, votre coupe de cheveux ? Votre appartement est-il l'expression des dernières tendances de décoration ainsi que de vos aspirations personnelles ? En clair, n'avez-vous pas besoin d'un coach ? On pourrait se le demander : peut-on encore vivre sans eux ? Les coachs sont partout : leurs conseils ont envahi le petit écran, la presse, les rayons «développement personnel» des librairies, les magasins, les salles de gym comme le monde de l'entreprise. En 2005, le marché du coaching professionnel en France était estimé à environ 90 millions d'euros, selon la Société française du Coaching.

Demandez le programme : sur Téva, Cendrine Dominguez prodigue son expertise déco, Daphné Desjeux distille des conseils *«pour être mieux dans son corps et dans sa tête»*, le styliste londonien Gok Wan aide des femmes à se sentir *«belks toutes nues»*, enfin toute une équipe de maquilleurs, dentistes, dermatologues, coiffeurs, diététiciens et chirurgiens esthétiques sont mobilisés pour les émissions «Relooking extrême» et «Look & Vous». Sur M6, Valérie Damidot transforme en un tournemain maisons et appartements («D & Co»); sur TF1, Pascal joue le «Grand Frère» et restaure l'harmonie entre générations, tandis que, dans «Allô Sophie», Sophie Dudemaine guide les *«damnés des fourneaux»* sur la voie de la rédemption culinaire ...

L'édition n'échappe pas au phénomène. Fleurons du secteur «vie pratique», les livres de coaching ont le vent en poupe, constatait 1 été dernier Sophie Martin, directrice générale d'Ipsos Insight Culture, en pointant les bons chiffres de vente de la collection «le Petit Guide des paresseuses», concept décliné de la santé à la cuisine, en passant par les régimes, la décoration, l'éducation... et la mode. A Paris, tous les grands magasins offrent désormais les services d'un «personal shopper» sur rendez-vous : «styliste privé» à 350 euros au Bon Marché, conseil en image mode et beauté aux Galeries Lafayette - 150 euros pour 3h30 -, analyse chromopsychologique et accompagnement d'achat d'une heure (165 euros et 40 euros) au Printemps avec Josy Mermet. Et puis, dans quelques jours, la marque Philips va réconcilier les ménagères avec le repassage en lançant à leur rencontre dans sept villes de France des «Style Doctors» (*sic*) munis d'un questionnaire et d'un «style book», précieux petit manuel rédigé par Mlle Agnès, *h* spécialiste des questions de mode.

Comment expliquer le succès du coaching, mis à toutes les sauces ? *«Par une crise identitaire sam précédent, juge le sociologue Robert Ebguy, qui voit dans cette tendance le révélateur d'un véritable fait social. Faute de repères, de culture, notre existence est placée sous le signe du pouvoir d'achat et se borne désormais à la satisfaction, par définition impossible, d'une liste de besoins.»* Moins pessimiste, Stéphane Dieutre, codirecteur du cabinet de Consulting Think-out, préfère parler de révolution de l'intime. *«Dam les années 1980-1990, s'est installée l'idée que puisqu'on ne pouvait pas refaire le monde, on pouvait changer soi-même.»* Le succès de «Psychologie Magazine» se construit sur ce glissement de perspective. En misant sur la sphère intime «moi, mes proches, mon couple, mon corps, etc.», le titre, véritable média coach, fait un carton.

Reste que la peur de l'exclusion est un ressort puissant dans cette aspiration collective de modes d'emploi et autres recettes. Explosion du nombre de divorces, affaiblissement des liens familiaux, spectre du chômage... la fragilité des liens affectifs et sociaux plombe le moral des ménages. A la question *«Pensez-vous que vous puissiez un jour devenir un sans-abri ?»*, près d'un Français sur deux (47%) répond par l'affirmative, si l'on en croit un sondage publié par «le Monde» ! Stress de performance, angoisse de la précarisation : *«Le coaching est un vocable issu du monde sportif, de la compétition»*, souligne Robert Ebguy. Le coach est celui qui délivre les règles du jeu et garantit de rester dans la course. Entre développement personnel new âge et guide de survie, les méthodes pour gérer ses émotions au travail ou être un bon cordon bleu sont devenues notre pain quotidien. Et véhiculent l'idée que tout problème appelle une solution. Voire, encore plus fort, que l'on peut changer

d'état. Les gros devenir minces, les timides séduisants, les ringards branchés... le rêve de transformation est applicable à tous les domaines : coiffure, carrière, couple, déco intérieure. A ce jeu de l'avant-après, la promesse du coaching en look est une de celles qui font le plus rêver. Selon une enquête Ipsos, «41% des femmes avouent qu'elles aimeraient bien se faire conseiller sur leur façon de s'habiller».

Très en vogue également, le coaching déco correspond à une problématique de société très actuelle, selon Cendrine Dominguez, présentatrice de l'émission «Téva déco» et directrice artistique de la marque Bineau maison, qui développe un service de coaching en magasin. «Le plus souvent, les gens viennent pour modifier leur salon ou leur chambre, explique-t-elle. Nous sommes dans une démarche d'introspection, presque dans une relation de médecin à patient.» Sur M6, Valérie Damidot accepte chaque semaine une mission, par exemple : «Transformer la maison d'Agnès et Mitch en un lieu de vie spacieux, esthétique et chaleureux.» Le résultat est, forcément, «spectaculaire». «Rien n'est plus télégénique qu'une métamorphose», notait de façon prémonitoire le critique Serge Daney. La télévision s'est en effet emparée avec gourmandise de ces changements de décor, ou de look, plus ou moins étonnants. Le coach télé, « c'est un peu le personnage de la bonne fée dans le conte, renchérit Stéphane Dieutre. Il est celui qui dit à la souillon, toi aussi tu peux plaire au Prince charmant. Il y a un côté coup de baguette magique en direct ».

Anne-Cécile Sanchez
Le Nouvel Observateur