

Tous Titres

Rien ne vaut les conseils d'un pro

Le coaching est à la mode. Les émissions télé se multiplient où l'on voit l'expert partager son talent.

Mieux vaut être beau et riche que moche et pauvre disait Coluche. Mais avant de ressembler à Angelina Jolie ou Brad Pitt, de faire fortune, d'avoir le QI d'Einstein ou la sagesse de Bouddha, vive « le coaching » tous azimuts pour vivre mieux, faute d'y arriver tout seul. Qu'il s'agisse de travail, de sport, de style, de poids, de maison, d'éducation, d'écriture, de problèmes de voisinage ou de trouver l'âme soeur, « rien de mieux que les conseils d'un pro pour atteindre ses objectifs », vantent les magazines, les émissions de télévision et les sites spécialisés. Si ce concept d'accompagnement personnalisé d'amélioration des performances a été importé d'Amérique du Nord en France dans les années 80, et s'est d'abord cantonné au monde du sport et du travail, nombre d'ex-salariés en reconversion se lancent aujourd'hui dans le « coaching ». Faute de temps, ils font appel à des coachs « *Astrocoaching, coaching du sommeil pour vendre des matelas ! Il y a vraiment tout et*

n'importe quoi ! C'est pourtant le psychologique qui est en jeu », s'insurge Emilie Devienne, formée à Sciences Po, qui a roulé sa bosse au Canada avant de devenir coach dans le domaine professionnel en France. Elle a écrit une douzaine d'ouvrages sur le sujet. Faute de temps, nombre de gens font appel à des coachs qui effectuent les recherches à leur place pour trouver un appartement ou l'âme soeur. « *On remet de l'humain dans la rencontre en ligne. On allie les avantages d'internet au service personnalisé des agences matrimoniales* », explique Vincent Fabre, 30 ans, co-fondateur de Net Dating assistant, site spécialisé dans les rencontres. Ses clients ? « *Des chefs d'entreprise et des cadres trop pressés qui n'ont pas le temps de passer des heures sur internet pour rencontrer quelqu'un. D'autres n'ont pas les codes de la séduction* », explique-t-il. Les profils proposés sont « *préalablement validés* » par le client qui peut choisir entre trois « packs » de deux à douze contacts (120 à 560 euros). Si le succès de ces services est difficile à mesurer, les émissions de coaching proposant d'éduquer les enfants, de redécorer sa maison,

d'apprendre à bricoler ou à cuisiner, déferlent sur le petit écran. « Recherche appartement ou maison », « Belle toute nue », « Nouveau look pour une nouvelle vie », « D and Co » (décoration), « Un trésor dans votre maison » (objets type brocante à vendre)... M6 s'est spécialisée dans le genre. « *Avec une moyenne de 3,8 millions de téléspectateurs en prime time, cela fonctionne bien* », dit Anne-Sophie Larry, directrice des programmes de magazines et divertissements. « *Ça passe par un médiateur (un spécialiste) qui répond aux questions de la vie quotidienne. La sphère privée s'est décloisonnée et on accepte de parler de ses problèmes. La télévision reste une institution rassurante pour transmettre les conseils nécessaires* », analyse-t-elle. Dernière née des émissions de coaching, « On ne choisit pas ses voisins » a démarré en novembre.