

Le coup de coeur... pour le "coaching" d'entreprises

Autor(en): **Mure Donzé, Elisabeth**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Défis / proJURA**

Band (Jahr): **1 (2003)**

Heft 2: **Economie et entreprises**

PDF erstellt am: **20.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-823897>

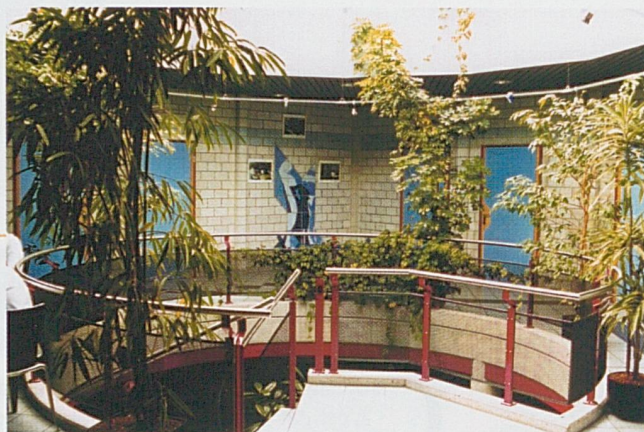
Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

...pour le «coaching» d'entreprises



Il est souvent utile, voire nécessaire, à de futures, nouvelles et anciennes entreprises d'avoir un soutien, un guide ou encore un accompagnement momentané. Trop souvent, les responsables actuels ou futurs font « la tête dans le guidon » et n'ont pas ou plus le recul nécessaire, qui à la réflexion, qui à une prise de décision. Trop impliqué-e-s, ils-elles se perdent dans des détails et ne parviennent pas davantage à hiérarchiser leurs priorités quand il ne s'agit pas de détecter d'éventuels paradoxes. Le coaching constitue une réponse tout à fait adéquate à ces problématiques.

Le rôle des coaches, hommes ou femmes, est de se situer en tant qu'observateur attentif, vecteur d'informations. Neutres, en aucun cas ils ne se substituent aux personnes faisant appel à leur soutien. En effet, il est primordial que l'approche d'un projet d'entreprise tout comme la résolution d'un problème découlent d'un processus émanant desdites personnes elles-mêmes. Le coach agit donc

en révélateur et soutient ses « clients » en les aidant à se poser les bonnes questions et à approfondir leurs réponses (maïeutique). Par ailleurs, les coaches n'ont en général aucun pouvoir décisionnel.

Notons encore que les coaches ne sont pas là pour faire mais bien pour « faire faire ». Ils sont présents pour faciliter l'acquisition ou retrouver une autonomie momentanément perdue par le ou la dirigeant-e et ce en évitant toute dépendance à son égard. Gestionnaires et performeurs, ils-elles se doivent de rapidement devenir inutiles.

Le coaching consiste à stimuler et optimiser les savoir-faire, redynamiser en agissant en œil extérieur. Par son biais, les entreprises acquièrent ou retrouvent les compétences permettant de

réaliser seules des tâches diverses et variées.

Il existe plusieurs associations ou institutions le produisant gratuitement en phase de démarrage. Pour n'en citer que trois : dans le Jura il existe CREA-POLE, centre de ressources pour la création d'entreprise; la Chambre d'Economie Publique du Jura Bernois dispose elle aussi d'une telle structure d'accompagnement tandis que GENILEM est au bénéfice d'antennes dans

romands pour un suivi de trois ans de jeunes entreprises innovantes.

Par ailleurs, l'Arc jurassien compte bon nombre de prestataires du secteur privé qui fournissent ce genre de services aux entreprises.

N'hésitez pas à faire appel au coaching tout en gardant en

mémoire qu'il se réalise sous la forme d'un partenariat et nécessite une absolue confiance réciproque.

**Par
Elisabeth Mure
Donzé**

*Responsable de Creapole,
Porrentruy*



**Le rôle
des coaches,
hommes ou
femmes, est de
se situer en tant
qu'observateur
attentif, vecteur
d'informations.**