

VIE PROFESSIONNELLE

La vague du codéveloppement

De plus en plus d'entreprises font appel à cette entraide, née au Canada pour améliorer les pratiques professionnelles des décideurs.

Les séances ont lieu par petits groupes. Directeur général, directeur des ressources humaines, chef de projet, chargé de communication, responsable marketing ou consultant... Ils exercent les mêmes fonctions, ou pas, mais ils partagent un objectif commun : résoudre collectivement les préoccupations de chacun. « Je viens d'être placé à la tête d'une équipe de 400 personnes, je voudrais lancer mon premier séminaire de comité de direction, comment faire ? » « Je suis malade avant chaque réunion du comité de pilotage, comment relativiser ? » « Je rencontre des difficultés avec un collaborateur, pouvez-vous m'aider à débloquer la situation ? » Trois heures d'échanges seront consacrées à la problématique posée.

Depuis trois ou quatre ans, on assiste à une « véritable explosion de l'intérêt pour les groupes de codéveloppement professionnel », observe Anne Hoffner, cofondatrice, avec Dominique Delaunay, du Centre européen de codéveloppement (Cecodev), qui a introduit le concept en France il y a dix ans. Mise au point par deux Québécois, Adrien Payette et Claude Champagne, cette méthode de formation a d'abord rencontré peu d'écho lorsque ses créateurs ont cherché à la promouvoir dans l'Hexagone au début des années 2000. « Probablement parce qu'il y a quinze ans, il était difficile pour les managers d'imaginer se mettre en situation de demandeur », avance Anne Hoffner. Depuis, plusieurs grandes entreprises l'ont adoptée (Siemens, Orange, Air France, RTE, notamment), mais le codéveloppement a aussi ses adeptes dans les ministères (Ecologie), ou les PME.

« La plupart des managers ont besoin d'apprendre à développer leur écoute, leur leadership, leur charisme », estime Fabien Rodhain, créateur de Codéveloppement Academy. Or, les formations théoriques n'ont plus trop la cote auprès des décideurs. « L'intérêt du codéveloppement est qu'il s'appuie sur le quotidien et l'expérience des participants, ajoute Fa-



(MaxPPP/AltoPress/Eric Audras.)

bien Rodhain. Il renverse le modèle habituel avec le sachant au-dessus et l'apprenant passif. »

Quel fonctionnement concret ? Les groupes peuvent être mis en place en « intra »-entreprise, à la demande d'un DRH ou de salariés. Les groupes (5 à 8 personnes maximum, sans lien hiérarchique) se réunissent deux demi-journées par mois, sous le regard d'un animateur externe chargé du bon déroulement de la séance. Anne Hoffner note chez les participants « un gros appétit pour l'aide d'autrui » qui fait de ces séances un « formidable outil de prévention des risques psy-

chosociaux ». L'entraide, l'écoute des autres : c'est aussi ce qui a poussé Dominique Guérin, directrice générale de l'agence médias MECGlobal, à tester cette méthode pour redynamiser ses troupes après la perte de gros clients. « Depuis janvier, plus de la moitié de nos 70 salariés ont participé à des sessions de codéveloppement et, en quatre mois, j'observe déjà une remobilisation interne très forte. » Portés par le bouche-à-oreille, ces groupes de « coaching collectif » — facturés « de 1 600 à 2 500 € la journée pour 8 personnes » selon Fabien Rodhain — font des émules. Ils sont mis en place hors entreprise, pour des entrepreneurs isolés. En interne, certains groupes, comme les Pages jaunes, ont décidé de les étendre à grande échelle en formant leurs propres animateurs. Anne Hoffner met toutefois en garde contre l'explosion des mauvaises pratiques : « Si on n'est pas professionnel de la méthode, cela peut être dangereux. » D'où l'importance de faire appel à des spécialistes.

■ CHARLOTTE ROBINET

En pratique

Une séance classique dure généralement trois heures et suit un processus très formel qui comprend six étapes.

Présentation

Le demandeur (« client ») expose aux autres participants (les « consultants ») la problématique qu'il souhaite traiter. Durée : 5 à 10 min.

Questions

Les consultants interrogent le client pour mieux cerner le sujet. Durée : 30 à 45 min.

Contrat moral

Le client formule sa demande au groupe. Durée : 5 min.

Consultation

Les consultants livrent leurs recommandations, leur ressenti. Le client prend des notes sans les interrompre. Durée : 30 à 45 min.

Réflexion

Synthèse des remarques, le client ébauche et livre le début de son plan d'action. Durée : 10 min.

Régulation

Retour sur le vécu personnel de la séance. Durée : 10 à 15 min.

L'AVIS DES INTÉRESSÉS



(Jean C.)

Patrice CARDINAUD
DRH de Solocal group
(ex-Pages jaunes)

« Nous avons découvert ce nouvel outil de développement RH en 2012, dans le cadre d'un programme d'accompagnement au changement. Avec la mise en œuvre de notre projet Digital 2015 et de tests de réorganisation du groupe notamment, les rôles des managers évoluent. Or, cette forme d'apprentissage, qui vise à développer l'échange et le travail collaboratif, s'inscrit tout à fait dans le sens de notre entreprise. Les managers l'apprécient beaucoup car elle est bien plus proche du réel qu'un enseignement classique descendant. Pour la faire durer, nous avons décidé de former une dizaine de nos collaborateurs à l'animation de séances. D'ici la fin 2014, près de 800 collaborateurs du groupe, sur 5 000, auront ainsi participé à des ateliers de codéveloppement. »



(DR.)

Isabelle MERCIER-YTHIER
Responsable pôle medias

« J'ai participé depuis le début de l'année à huit séances d'une demi-journée, au sein d'un groupe qui comprenait sept collègues de différents services. Chacun notre tour, nous avons pu exposer un projet ou une préoccupation. Le grand bénéfice de cette méthode très structurée, même si elle est parfois un peu déstabilisante, est qu'elle permet de mettre à plat des problèmes professionnels tout en apprenant à écouter les autres. Par ailleurs, celui qui s'exprime n'est soumis à aucun jugement ni à aucune obligation de résultat, cela crée un environnement bienveillant. Le fait d'aider ses collègues est aussi très valorisant. Grâce à cette formation, je vais pouvoir obtenir une habilitation qui me permettra par la suite d'animer moi-même des séances auprès des salariés. »

EN LIBRAIRIE

« Comprendre l'ISF »

Cette 3^e édition écrite par Séverine Michelot, Patrick Collin et Patrick Viault, tous trois experts-comptables, se veut un outil à la portée de tous explicitant les grands principes applicables en matière d'impôt de solidarité sur la fortune (ISF) qui concerne les contribuables dont le patrimoine atteint 1 300 000 €. Collection l'Expert en poche, 110 pages. 12 €.



(DR.)

« Faire du marketing sur les réseaux sociaux »

Cet ouvrage entend aider le lecteur « à construire sa stratégie à partir d'une cartographie détaillée des possibilités offertes par les médias sociaux ». A l'aide de nombreux cas commentés, les auteurs, Mélanie Hossler, Olivier Murat, Alexandre Jouanne, proposent des méthodes adaptées à chaque objectif marketing, comme développer sa notoriété ou générer du trafic. Ed. Eyrolles, 320 pages. 25 €.



(DR.)

Le Parisien ÉCONOMIE

« Le Parisien libéré »
25, avenue Michelet
93408 Saint-Ouen Cedex
Tél. 01.40.10.30.30

Société par actions simplifiée
Commission paritaire n° 0115 C85979

Président : Intra-Press
représentée par Jean HORNAIN
Principal associé : Intra-Press
Jean HORNAIN.

Directeur de la publication
Eric HERTELOUP,
DGA et éditeur
Thierry BORSIA, Directeur
des rédactions du « Parisien »
et « Aujourd'hui en France »

RÉDACTION

Responsable de la rédaction :
Bénédicte Alanou
balanoui@leparisien.fr
Editing et réalisation :
Marianne Blériot
mberliot@leparisien.fr
Rédaction : Agence Acrocroche-Press,
Chloé Coursaget, Charlotte Robinet

PUBLICITÉ/AMAURY MEDIAS
Directeur général adjoint :
Philippe Fromantin, 01.40.10.53.02

PUBLICITÉ COMMERCIALE

Directeur de la publicité :
Roland Aouizerate, 01 41 04 97 78
raouizerate@amaurymedias.fr

ANNONCES EMPLOI

Directeur de la publicité :
Muriel Petit, 01.40.10.53.22
mpetit@amaurymedias.fr

IMPRESSION

Sicavac Saint-Ouen (93400)

ABONNEMENT

Le Parisien : 0.811.875.656
(coût d'un appel local)

EN SAVOIR PLUS

À LIRE

- « Le Codéveloppement professionnel et managérial », d'Anne Hoffner et Dominique Delaunay, Ed. Ems, 2011, 289 pages. 20,30 €.
- « Le Groupe de codéveloppement professionnel », d'Adrien Payette et Claude Champagne, Presses de l'université du Québec, 211 pages. Cet ouvrage date de 1997, mais il reste la référence sur le sujet. Disponible en France au format Kindle (16,99 €) ou papier (22,80 €).

À CONTACTER

- Codéveloppement academy, 76, rue Masséna, 69006 Lyon. Tél. 06.86.42.96.71. www.codeve.lpppment-academ.y.com
- Association française de codéveloppement professionnel : www.afcodev.com
- Centre européen du codéveloppement professionnel et managérial : www.cecodev.fr