

Le discret coaching des politiques

LEMONDE.FR | 23.10.06 | 10h33

Le coaching ? Peu de professionnels évoluant autour des hommes politiques s'en réclament, notamment faute de savoir ce que signifie ce mot, ou parce qu'ils lui attribuent un sens directif. François Blanchard, qui a notamment officié pour Marie-France Garaud, Lionel Stoléru, Michèle Alliot-Marie ou Patrick Ollier, se définit comme *"un conseiller presse, chargé de vendre des hommes politiques aux médias, et de les aider à dire clairement et simplement les choses"*. L'ex-journaliste Jean-Luc Mano, qui travaille avec la ministre de la défense, se présente comme *"conseiller en communication politique"*, tout comme Thierry Saussez, sorte de Séguéla de la droite, qui conseille désormais *"en ami"* Nicolas Sarkozy, et Patricia Balme, qui accompagne *"depuis des années"* le ministre des PME, Renaud Dutreil.

Reste que cette dernière indique *"faire du coaching"* – qu'elle a appris aux Etats-Unis – dans le cadre de la *"mise en scène, au bon sens du terme, du message et de l'action politique"*. Stephen Bunard, journaliste qui a fondé en 2002 la société Coach & Com, propose directement du *"coaching politique"* : *"aider les gens à prendre la parole en public, à être vrai, à trouver leur style. Les aider non pas à dire ce qu'ils ne pensent pas, mais à développer l'art de dire, et la confiance en soi"* – un but assez proche de celui de ses confrères *"conseillers"*, si ce n'est qu'eux entendent aussi donner à leur client les clés de son image et des *"outils"*, et humer pour lui l'air du temps.

LIBERTÉ DE PAROLE

Stéphane Haefliger, sociologue suisse qui a été durant trois ans conseiller personnel de ministre du canton de Vaud, convient que la frontière est difficile à tracer : *"Un conseiller est expert, un coach*

(est) accoucheur, mais le premier est souvent amené à faire aussi de la maïeutique." Et d'estimer qu'une personne extérieure sera plus à même de favoriser la remise en question d'un politique qu'un membre de l'équipe, qui risquera son poste à chaque séance... C'est ainsi qu'en France, les "conseillers" free-lance ont une liberté de parole bien plus grande que leurs collègues, de plus en plus nombreux, employés à plein temps par une personnalité politique. Et jugent leur travail "utile, en ces temps de crise des rapports entre politiques et citoyens".

Reste que le métier se fait discret, surtout comparé aux Etats-Unis, où les conseils s'affichent. *"Il n'y a rien de péjoratif à entraîner un homme politique pour qu'il soit au meilleur de lui-même", plaide Patricia Balme, qui constate que "les hommes ont parfois peur de s'en trouver dévirilisés, hommes et femmes de ne pas paraître authentiques". Stephen Bunard est sollicité par "une majorité de femmes, qui ont une aptitude à accepter de se remettre en question, par des maires de villes de 20 000 à 50 000 habitants, des présidents de groupes au sein des conseils généraux ou régionaux... Des gens pour qui la politique n'est pas un métier, mais un sacerdoce".*

"Avec les dépenses de campagne plafonnées, les lois sur la transparence, l'interdiction de la presse et des affichages longtemps avant l'élection, les spots de campagne officiels qui ont longtemps été réduits à employer pupitres et lumière blafarde, aucun grand cabinet de communication politique ne s'est créé après les grandes heures des années 1980", note Thierry Saussez. La plupart de nos interlocuteurs indiquent suivre dix à quarante personnalités politiques par an, parfois seulement sur de brèves périodes, et tirer l'essentiel de leurs revenus de leurs « conseils » à des chefs d'entreprise.

Claire Ané