



PAR PIERRE BLANC-SAHNOUN, COACH ET CONSEIL DE DIRIGEANTS

BRAVO ET MERCI!

C'est un vieux truc de coach pour aider les managers aux sourcils un peu trop froncés à valoriser leurs collaborateurs : «Dites bravo et merci au moins une fois par jour.» Mais ça ne fonctionne que si ces mots sont exprimés avec le cœur. S'ils sont prononcés machinalement, sans être propulsés par la vague émotionnelle d'une gratitude non feinte, le collaborateur a juste l'impression que vous lui passez la main dans le dos, avec le mépris arrogant de Solal tapotant l'épaule d'Adrien Deume à la sortie des toilettes de la SDN dans *Belle du Seigneur*.

C'est que, contrairement à la reconnaissance, la gratitude ne s'inscrit pas dans le cadre d'une transaction et n'attend pas de contrepartie. Gratuite et inconditionnelle, elle est «gratuitude» – la coach Dina Scherrer la voit même comme «l'œil d'amour». Mais quelle peut être la place de la gratuité dans un système obnubilé par l'argent et orienté vers les moyens d'en gratter un peu plus ? Car c'est l'objet social et la raison d'être de l'entreprise : enrichir ses actionnaires le plus possible. Le temps passé à rayonner gratuitement de gratitude est donc, du point de vue de l'actionnaire, une sorte d'abus de bien social, sauf s'il peut être établi que cela

Le temps
passé à
rayonner de
gratitude
est, du point
de vue de
l'actionnaire,
une sorte
d'abus de
bien social

augmente la performance des gens. Le marché du coaching tout entier repose sur le paradoxe d'être payé par une histoire dominante (le système capitaliste) pour reconnecter la personne avec une histoire préférée (ses rêves).

Mais quid des entreprises brutales, cruelles, manipulatrices, dont les résultats explosent régulièrement les compteurs ? Dans ces sociétés, le coach est aussi là pour traiter les guerriers blessés et les renvoyer au combat, toujours aussi blessés mais avec une armure renforcée par quelques «techniques de communication» ou de «management des émotions». Bon d'accord, pas tous les coachs.

Je préfère vous parler de ce qui marche. Le secret des boîtes qui ont une vision consiste à se détacher du résultat semestriel en le traitant comme une conséquence plutôt que comme un objectif. A faire grandir les équipes en mettant chacun en condition de donner du sens à ses réalisations. Car ces gens qui viennent au bureau chaque matin mettent leur réveil, s'arachent à leur famille et à leur conjoint(e), laissent de côté leur véritable vocation d'écrivain ou d'exploratrice pour venir offrir leur talent dix heures par jour en échange d'une poignée d'euros et d'une illusion de sécurité. Et ce afin de verser de l'argent dans la poche d'un actionnaire lointain qui ne sera jamais conscient de ces milliers de petits renoncements sur lesquels il construit sa prospérité.

Un sentiment vous envahit peut-être quand vous pensez à cela, à vous-mêmes, à vos collègues, à l'ensemble des salariés de votre entreprise, tous logés à la même enseigne, même – et surtout – le directeur général, tous en train de régler leur réveil pour être bien à l'heure au bureau le lendemain matin, tous ces papas et ces mamans, héros et héroïnes du quotidien, qui déposent leurs enfants à l'arrache et se garent en double file le temps de les voir entrer dans la cour, avec juste un dernier bisou qui vole. Ce sentiment qui vous envahit, c'est cela la gratitude. C'est le moment de dire «bravo et merci !», vous trouverez le ton juste. ●