



La SFCoach dénonce un risque de dumping sur les tarifs des prestations de coaching professionnel

Alertée par certains de ses membres, la Société Française de Coaching met en garde contre la pratique récemment apparue de prestations professionnelles de coaching fournies aux entreprises à des prix bradés, hors de toutes réalités du marché.

[Paris, le 9 octobre 2012] - La Société Française de Coaching, première organisation professionnelle représentative du coaching en France, met en garde contre une tendance actuellement observée de baisse des prix du coaching professionnel.

En ces périodes de restrictions budgétaires généralisées, il est normal que les entreprises soient très attentives à chacune de leurs dépenses. Les lignes de prestations externes sont passées au peigne fin, pour y trouver des sources d'économie. Parmi ces prestations, *« le coaching ne fait pas exception et certaines entreprises ou administrations tentent désormais d'acheter à des prix très inférieurs à ceux du marché »*, constate **Pascal Domont, Président de la SFCoach**.

« En réponse à cette tendance, nous avons constaté que certains praticiens du coaching professionnel acceptent de brader leurs prestations ; cette attitude nous apparaît dangereuse pour les clients eux-mêmes à court terme car la baisse des prix entraîne mécaniquement une baisse du professionnalisme des coachs retenus par ces entreprises et donc, une dégradation de l'efficacité du coaching, à laquelle, en tant qu'organisation professionnelle de référence, la SFCoach ne peut consentir », déclare **Pascal Domont**.

Le coaching professionnel, une prestation haut de gamme

La SFCoach rappelle que le tarif horaire moyen normal pour un coach professionnel intervenant en entreprise, oscille entre 300 et 500 € HT, ce qui situe le coaching dans les prestations haut de gamme.

« Le coaching est une prestation à très haute valeur ajoutée », rappelle **Valérie Pascal, vice-présidente de la SFCoach**. *« Il permet bien souvent de résoudre des problèmes sur lesquels l'entreprise et/ou le manager concerné bloquait parfois depuis plusieurs années, et pour lesquels ni la formation, ni le conseil n'ont apporté de solution : son retour sur investissement est donc élevé »*.

Pourquoi ces tarifs ?

Les tarifs pratiqués par les professionnels de ce métier s'expliquent par trois facteurs spécifiques : le parcours des coachs, leurs ressources et leurs charges.

Contacts Médias :

Muriel Grimaldi/ Antoine Colombin
Evolve Relations Médias

Tél : 01 77 93 18 12, Email : sfcoach@evolve-rm.eu

Côté parcours :

Le métier de coach appartient à la seconde partie de carrière. Il ne peut être exercé que par des séniors ayant décidé de quitter leur entreprise et d'effectuer une conversion professionnelle souvent importante, donc onéreuse.

Côté ressources :

C'est un métier artisanal et prenant : il est impossible de le pratiquer de façon intensive et répétitive. Les coachs ont un nombre de clients relativement restreint.

Côté charges :

- Pour garantir leur efficacité, les coachs s'astreignent à une formation permanente, coûteuse en temps comme en argent.
- Ils doivent être régulièrement supervisés.
- Ils sont souvent, par ailleurs, engagés dans des démarches de développement personnel et de connaissance de soi, liées à l'exercice de leur fonction.
- S'ils se sont soumis à l'épreuve de l'accréditation, ils sont aussi membres d'une organisation professionnelle et y cotisent.

Baisse des prix, baisse du professionnalisme

« Par-delà la marge de négociation qui relève des relations commerciales normales entre un consultant et ses clients, les véritables professionnels du coaching s'inscrivent dans des réalités économiques qui ne leur permettent pas de baisser leur prix en-deçà d'un certain seuil », insiste Valérie Pascal. « Il existe un risque non négligeable, pour les organisations qui cherchent à acheter moins cher, de travailler avec des intervenants qui ne sont pas des professionnels, et pour lesquels, par conséquent, le rapport qualité/prix de la prestation sera moins favorable. »

La SFCoach rappelle que seule l'accréditation permet à une entreprise de disposer de garanties véritables sur le professionnalisme de ses interlocuteurs, et d'éviter ainsi les consultants-coachs auto-proclamés, qui ne répondent pas aux pré-requis indispensables à l'exercice de ce métier sensible.

A propos de la SFCoach

Première organisation professionnelle représentative du coaching en France, la Société Française de Coaching a été créée en 1996. Elle a pour mission de promouvoir et développer une approche exigeante du coaching professionnel. Sa stratégie se décline sur trois axes : recherche et développement, professionnalisation des acteurs et communication sur le métier. L'accréditation et le Code de Déontologie qu'elle propose représentent les seules garanties d'engagement éthique et de haute compétence pour le coaching professionnel. Plus d'informations sur www.sfcoach.org

Contacts Médias :

Muriel Grimaldi/ Antoine Colombin
Evolve Relations Médias

Tél : 01 77 93 18 12, Email : sfcoach@evolve-rm.eu