

• Jeudi, 22 juillet 2010

société metz

Cadre éthique pour coachs en image



[zoom](#)

Etre bien dans sa peau à tout prix, un besoin dont découle un marché en plein essor. Hier, un séminaire des coachs en image avait lieu à Metz.

coach en image, un métier né au États-Unis et qui se développe à pleine vitesse en Europe depuis quelques années. Hier, à Metz, avait lieu un séminaire organisé par l'Afipp (Association française pour l'image personnelle et professionnelle), réunissant des personnes venues de toute la France et des pays voisins.

Comment fonctionne une séance de coaching ?

Isabelle LEMOINE, conseillère en image à Metz : « Le relooking, c'est éphémère, un coiffeur ne donne pas les outils pour être autonome. En revanche, nous, on transmet aux personnes qui viennent nous voir la capacité d'évoluer, d'être en harmonie avec son image. On écoute. On fait un bilan des besoins et on fixe un objectif. On effectue ensuite des tests de colométrie, morphostyle, de morphocoiffure... On travaille la gestuelle, la démarche, le sourire. On gomme les gestes parasites, par exemple passer sa main dans les cheveux ou remettre en place son nœud de cravate. A savoir qu'on se souvient toujours mieux d'une attitude générale que de paroles. »

Aujourd'hui, quel est l'enjeu de la profession ?

Catherine SEXTON, vice-présidente de l'association : « Notre objectif est de professionnaliser et de donner un cadre éthique à ce métier afin d'être reconnu. Les bases sont le non-jugement de valeur et la bienveillance. On est à l'opposé des émissions de télé qui mettent quelqu'un au milieu de la rue pour recueillir l'avis des passants. Notre but est de valoriser la personne et qu'elle se sente bien dans sa peau. Le coach en image doit faire preuve de psychologie, être un conseiller et un formateur. »

Comment évolue ce métier ?

Isabelle ROSIER, secrétaire adjointe de l'association : « L'Afipp a été créée il y a dix ans et compte 80 membres. Depuis cinq ans, on note une réelle prise de conscience. On est dans l'époque du marketing de soi. Les personnes sont à la recherche d'authenticité, elles veulent refléter ce qu'elles sont vraiment. Elles revendiquent le droit d'exister même si elles ne sont pas à l'image des photos de magazines. Lors d'un récent sondage interrogeant les coachs en image, on a constaté une augmentation de 40 % des personnes ayant répondu. C'est la preuve de la progression du nombre de professionnels. »

Propos recueillis par Audrey LIBIEZ.

Publié le 22/07/2010