T 3.4.7 Rapport des sessions de coaching aux PMEs

rédigé par LUCENSE avec la contribution des partenaires du projet

La cooperazione al cuore del Meditarraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

INDEX

INTRODUCTION 3

1. OBJECTIFS DU COACHING VIVIMED 3

3. RESEAUX D'ENTREPRISES ET GOUVERNANCE 4

4. CONCLUSIONS ET RECOMMENDATIONS 4

INTRODUCTION

Comme beaucoup le savent, le mot Coach signifie entraîneur et indique un itinéraire à suivre d'un point de départ à un point d'arrivée. Le choaching est une méthode de développement basée sur la découverte, l'utilisation et la valorisation du potentiel; il est caractérisé par un mouvement vers ce qui est souhaité dans le futur.

Le **Coaching** est un processus de développement sur mesure, basé sur les ressources et le potentiel (de l'entreprise et personnels); c'est une méthode pour extraire le meilleur de soi-même, pour acquérir la conscience indispensable de ses forces, de ses capacités et de la possibilité de réussir grâce à un engagement procédural et systématique; la maïeutique est l'élément central.

Le **business coaching** c'est une intervention requise d'entreprises et d'organisations différentes qui, dans l'exercice de leurs fonctions stratégiques et opérationnelles, peuvent rencontrer des problèmes de nature différente et qui ont pour objectif de construire des projets de développement fondés sur la réalisation d'objectifs ambitieux et sur la réalisation d'un avenir positif .

Le coaching d'entreprise se développe à travers:

a) une intervention personnalisée basée sur une méthode créative;

b) une relation procédurale basée sur le caractère unique de la personne;

c) un voyage vers des destinations partagées et convenues;

d) une méthode générative produisant enrichissement et développement;

e) un système relationnel induisant une évolution comportementale (de l'individu / du groupe).

Le but ultime des activités de coaching est d'accompagner l'entrepreneur dans son **autoréalisation**, c'est-à-dire la propension de l'être humain à réaliser son propre potentiel, tant du point de vue de la maturation intérieure, psychique et émotionnelle, que du comportement et de l'action.

Pour le projet ViviMed, un modèle de coaching humaniste et orienté vers l'action a donc été adopté, qui considère la logique du "**potentiel**" et non du "déficit" comme fondamentale; qui fournit l'accompagnement de la personne vers la performance maximale dans une logique créative et générative, dans laquelle le coach ne suggère pas de conseils ou bien donne de recettes miraculeuses, mais soutient plutôt l'individu dans l'élaboration, le suivi et la mise en œuvre de programmes et d'objectifs clairs et personnels.

1. LES OBJECTIFS DU COACHING VIVIMED

Les objectifs généraux

Lors de la planification des parcours de coaching ViviMed, l'objectif général était de renforcer l'efficacité du travail effectue au cours des «*Living Lab*» et vise a créer des **réseaux d'entreprises**, posant ainsi les bases d'un partage des objectifs et d'une durabilité dans le temps.

De plus, le coaching destiné aux entrepreneurs et aux réseaux (en formation) du projet Vivimed était focalisé sur l'activation des **collaborations** au sein du groupe et sur le renforcement de la **confiance** et du **respect** mutuel entre les opérateurs.

En pratique sur le territoire du Haut-Var

Les activités de coaching menées dans le cadre du projet Vivimed avaient pour objectifs :

- De structurer un réseau diversifié d'acteurs touristiques engagés et impliqués dans le développement d'un tourisme durable et expérimental.
- A travers différents temps, de réaliser un auto-diagnostic environnemental des acteurs présents et proposer des actions d'amélioration de pratiques.
- De faire se rencontrer les acteurs d'un même territoire et permettre une prise de recul afin de diversifier leurs offres.

2. RESEAUX D'ENTREPRISES ET GOUVERNANCE

1) Comment le concept de réseaux d'entreprises a-t-il été expliqué ?

Dans le cadre du projet VIVIMED, la notion de réseaux d'entreprise a été expliqué comme étant un écosystème vivant constitué par les acteurs présents aux différents temps d'échange en intelligence territoriale.

2) Est-ce qu'il y avait des operateurs appartenant déjà à des réseaux d'entreprises ?

Les acteurs du territoire CCLGV sont déjà référencé au sein de l'office du tourisme ou de la chambre de métiers et de l'artisanat qui peuvent être assimilé à un réseau d'entreprises.

3) Dans l'affirmatif, quel genre de réseaux ? Formel ou informel ?

L'office du tourisme référence les différents acteurs touristiques du territoire. La Chambre des métiers et de l'artisanat assure le développement et la représentation des métiers et de l'artisanat. Ces réseaux sont formels.

Cependant, le territoire de la CCLGV est un petit territoire rural et les acteurs se connaissent également sur d'autres actions territoriales (évènements culturels, etc.). Ces liens entre les acteurs au quotidien forme également un réseau informel tout aussi important.

4) Pendant les activités de coaching, ont été présentées des bonnes pratiques par rapport aux réseaux d'entreprises ?

Durant les activités de coaching ont été présenté les pratiques d'échanges et de mutualisation entre les acteurs du territoire, notamment sur des actions environnementales et durables. Lors de ateliers il a été également préciser les bonnes pratiques en matière de communication et d'actualités au sein du réseau d'acteurs impliqués dans le projet.

5) Grace aux activités de coaching, est-ce qu'on a discuté de réseaux futurs ? Est-ce que les participants ont signé des déclarations d'intention ?

Deux réseaux ont émergé du coaching des entreprises.

Un premier réseau va s'intéresser à l'amélioration des pratiques de durabilité des professionnel en favorisant la mutualisation des bonnes expériences et l'émergence de nouvelles idées.

Un deuxième réseau va quant à lui travailler sur la valorisation de l'offre « le Verdon Autrement » que nous avons mis au point collectivement. Ce réseau permettra aux acteurs de se coordonner sur les ailes de saison, notamment pour les hébergeurs.

6) **Est-ce que l'activité de coaching a été utile pour faire connaitre entre eux les opérateurs ? Est-ce que vous pouvez faire d'exemples ?**

Lors des ateliers animés en intelligence territoriale, les acteurs ont pu mieux se connaître afin de créer des liens plus formels entre eux. L'offre « Le Verdon autrement » conçue, publiée et mise en ligne pour la saison 2018 est la production d'un travail collaboratif entre les acteurs touristiques, les services de la CCLGV, l'office du tourisme animé par FNE Paca et Citoyens de la Terre.

7) **Pendant les activités de coaching, est-ce qu'ont été émergées des considérations par rapport aux administrations publiques locales et/ou aux autorités locales dans le développement de stratégies de gouvernance unitaire et/ou innovantes ?**

Lors des activités de coaching, les différents acteurs ont conforté le rôle de DMO des services la CCLGV. Cependant en termes d'innovation, les structures publiques françaises ont besoin d'acteurs privés pouvant expérimenter de nouvelles formes de gouvernance ou de nouveaux types de produits.

La DMO sur le territoire CCLGV étant fortement animé par les autorités locales, le développement stratégique inclut le développement d'un tourisme durable et expérimental.

Dans le développement d'une offre de tourisme durable et expérimental il semble important de mobiliser des acteurs ayant un rôle plus commercial comme des agences réceptives ou des tour opérateur français et internationaux.

3. CONCLUSIONS ET RECOMMENDATIONS

Aspects positifs émergés dans les sessions de coaching

- Renforcement des liens entre les acteurs du territoire
- Émergence d'une nouvelle offre de tourisme durable

- Autodiagnostic environnemental des acteurs et première piste d'actions

Aspects qui peuvent être améliorés

- Réduire le temps entre les différents évènements en intelligence territoriale (tous les 2 mois) : ateliers, rencontres, formations, etc…