Éducation comparée / nouvelle série, n°6, pp 181-202

Le coaching scolaire en France

Émergence d'un nouveau marché éducatif

Anne-Claudine Oller[67]
Laboratoire LLS,
Université de Savoie,
France

RÉSUMÉ

Le présent article se penche sur l'émergence d'un nouveau marché scolaire qui est celui du coaching scolaire. Différentes méthodes ont été mobilisées pour réaliser le travail de terrain : entretiens semi-directifs, observations participantes et dépouillement de dossiers de coachés à visée statistique. Nous nous intéresserons, à partir de l'analyse de ce recueil de données, à l'articulation entre l'offre de coaching scolaire proposée par les coachs scolaires et la demande formulée par les parents et les jeunes, mais également aux effets d'un tel marché.

MOTS CLÉS

Marché scolaire, coaching scolaire, accompagnement à la scolarité, socialisation, clôture sociale

ABSTRACT

This article looks at a newly emerging school market: academic coaching. Different fieldwork methods were used: semi-directive interviews with coaches and with "coached" individuals, participant observation and statistical analyses of "coached" individuals' files, which are held by the "coaches". From these data, we shall analyze the relation between the offer of academic coaching, proposed by academic coaches and the request formulated by the parents and the young people, but also in the effects of such a market.

67 Doctorante de Sociologie, sous la direction de Dominique Glasman, soutenue par une Bourse de la Région Rhône-Alpes. anne-claudine.oller@univ-savoie.fr

KEYWORDS
School market, academic coaching, academic accompaniment, socialization, social closing

En France, depuis une trentaine d'années, on assiste à une diversification des pratiques d'accompagnement à la scolarité. Parallèlement à la massification scolaire et l'extension du chômage des cadres qui rend leurs places sociales plus incertaines, on constate une importance croissante du poids de l'école dans la société. On peut éventuellement y voir un lien de corrélation rendu visible par l'élaboration de "marchés scolaires", ou de quasi-marchés selon les objets de recherche et les auteurs[68] dont les résultats s'intéressent à un type particulier de marché : celui des établissements scolaires entrant en concurrence du fait de la loi d'autonomie des établissements (1982). Le contournement de la carte scolaire par les familles, qui a été jusqu'à présent un enjeu politique et social en France, cristallisant les débats sur le traitement des inégalités scolaires, permet notamment l'élaboration de ce marché scolaire.

Un autre type de marché scolaire cohabite avec celui présenté précédemment : celui des organismes d'accompagnement à la scolarité. Parler dans ce cas de "marché" fait explicitement référence au domaine économique où se rencontrent une offre payante et une demande, mais également où les usagers peuvent mettre en concurrence ces organismes sur leur coût, leur qualité, leur réputation, etc. (Ben Ayed & Broccolichi, 2001). Parmi ce type de marché scolaire, nous semble-t-il existeraient en co-présence deux pratiques d'accompagnement à la scolarité. La première, plus ancienne, plus répandue concerne l'accompagnement scolaire disciplinaire, c'est-à-dire selon les matières scolaires : les cours particuliers (Glasman & Collonges, 1994 ; Glasman, 2005). La seconde, qui nous intéresse, plus récente, concerne le coaching scolaire.

68 Notamment, Broccolichi & Van Zanten, 1997 ; Felouzis, 2005 ; Maroy, 2006 ; Van Zanten, 2001, 2006, 2007 ; Walford, 1996.

Cet article tâchera de montrer quels sont les facteurs, aussi bien au regard de l'offre que de la demande, qui influent sur l'émergence de cette stratégie éducative, conduisant alors à la constitution du marché scolaire correspondant[69]. Pour cela, nous nous appuierons sur une recherche commencée en 2006 (en France métropolitaine) et qui s'appuie sur différentes méthodes de recueil de données: la méthode quantitative (traitement et analyse de 225 dossiers de coachés, dont 173 d'un institut de coaching[70] et 52 d'une coach scolaire indépendante[71]), la méthode qualitative (entretiens semi-directifs menés auprès de 20 coachs scolaires, 5 coachés et 7 parents de coachés), la méthode de l'observation (6 séances de coaching scolaire en tant que coachée, 4 séances en tant qu'observatrice extérieure). Il sera mis en exergue, à partir de ce travail empirique, le fait que ce marché scolaire rencontre une offre (les coachs, acteurs sociaux dotés de compétences spécifiques, distinctes de celles des enseignants et porteurs d'un discours critique sur l'école) et une demande (façonnée par l'état nouveau du système scolaire et ses enjeux qui s'y disputent), adoptant à la fois une logique économique et culturelle[72]. Cet article permettra alors de s'interroger sur la manière dont peuvent s'articuler mutuellement les dimensions d'offre et de demande de coaching scolaire.

69 Précisons qu'il s'agit d'un marché situé à la périphérie de l'école (bien que très orienté par ce qui se joue au cœur de l'institution scolaire). Il est possible d'émettre l'hypothèse selon laquelle le recours à ce type de stratégie éducative soit mobilisé parallèlement à d'autres stratégies (choix de l'établissement scolaire, recours à des cours particuliers), constituant alors autant de marchés scolaires.

70 Institut ayant une place majeure sur le "marché" du coaching scolaire puisqu'étant le seul à avoir mis en place un réseau de coachs scolaires sur l'ensemble du territoire français métropolitain. Ces 173 dossiers représentants un tiers des inscrits.

71 Soit un quart de ses coachés.

72 Cf les travaux de P. Gombert au sujet de la transposition dans la sphère scolaire de la logique managériale des parents des classes moyennes supérieures (Gombert & Van Zanten, 2004 ; Gombert, 2008).

L'offre de coaching scolaire dans une société « convertie au culte de la performance »

Le contexte d'émergence

La notion de coaching renvoie au milieu sportif et plus particulièrement aux Etats-Unis des années 1950-1960[73] où « les entraîneurs mettent en évidence qu'il faut, au-delà de l'entraînement physique du champion, une approche holistique qui inclue les dimensions essentielles du mental et de l'émotionnel. Le coach est ainsi une personne qui aide le champion à développer ses compétences […], à entretenir sa motivation et se préparer au mieux à la compétition et à optimiser ses performances à travers un accompagnement multidimensionnel, associant corps et esprit » (Angel & Amar, 2005, p.10).

Après sa naissance dans le domaine sportif, le coaching a annexé, à partir des années 1990, le champ des organisations et du domaine professionnel dans le contexte de la mondialisation et de l'organisation rationnelle du travail. Thème et pratique à la mode depuis une vingtaine d'années, on le voit apparaître depuis les années 2000, dans la sphère personnelle et privée sous l'appellation de « life coaching », dont l'un des moyens de visibilisation est la télévision[74]. Ce type de coaching prend des formes diverses et multiples : le coaching pour améliorer ses relations, ses capacités communicationnelles avec son entourage familial, réfléchir sur ses choix de vie, optimiser son style de vie, gérer son stress avant un examen, améliorer l'estime de soi, optimiser la performance individuelle, le management de son temps, la prise de décisions, aider

73 Alors que le terme "coaching" est « issu étymologiquement du français "coache", qui au XVI° siècle, est une grande voiture tirée par des chevaux pour le transport des voyageurs et conduite par un postillon ou un "coacher". Celui-ci est, de fait, une personne qui accompagne des voyageurs d'un point à un autre, ce qui évoque bien l'aspect de "passeur" ou de "guide" que revêt parfois la fonction de coach. », (Angel & Amar, 2005, p. 10).

74 Cf l'émission « Super Nany », qui a connu un franc succès.

lors des transitions de vie… Toutes les sphères de la vie professionnelle et de la vie privée sont considérées comme pouvant bénéficier à un moment ou à un autre, d'un coach[75] afin d'optimiser son fonctionnement et ce, en stimulant des changements positifs. La diffusion du coaching à tous les domaines de la vie professionnelle et privée est la conséquence d'un intérêt plus important prêté à la "personne" ainsi que d'une exigence croissante des individus quant à leurs résultats[76].

En effet, le contexte d'émergence du coaching scolaire est celui d'une société « convertie au culte de la performance » (Ehrenberg, 1991) où s'opère une intense compétition scolaire (importance du poids de l'école et de la réussite scolaire) qui influence de plus en plus la place sociale future (hiérarchisation des diplômes obtenus permettant l'accès à des places sociales elles aussi hiérarchisées) (Duru-Bellat & Van Zanten, 2006).

Le contenu de l'offre

Comme cela a été précisé précédemment, le coaching scolaire est à distinguer des cours particuliers, bien que ce soit un accompagnement scolaire privé, individuel et payant. Ce n'est pas en effet du soutien scolaire sur une discipline mais une pratique basée sur une posture particulière adoptée par le coach, mais également par le coaché. Le coach se positionne, notamment, comme un « accoucheur » du coaché[77] et ce dernier le vit comme tel (ou du moins est censé le vivre comme tel). Les méthodes et les outils du coach se distinguent également de ceux de l'enseignant ou de l'accompagnateur scolaire

75 On peut le constater aisément dans les médias (publicités, magazines) où le coaching toucherait tous les domaines de vie, en passant notamment par l'alimentation et l'esthétique. Par exemple : « Weight watchers, mon coach minceur ». Garnier, concernant ses « conseils beauté personnalisés » parle de « coachings personnalisés » et apostrophe ses consommateurs par un : « Suivez les conseils de nos coachs ». Dans une publicité pour son site internet, Nestlé informe le téléspectateur qu'il peut y trouver « des recettes pour les enfants, du coaching personnalisé ».

76 Qu'ils soient professionnels ou personnels : être performant dans son travail, dans sa vie de famille (en tant que parent, conjoint, enfant) tout en se réalisant soi-même dans des domaines propres.

77 Ils se réfèrent dans ce cas à la maïeutique socratique.

« traditionnel ». Ils sont principalement issus du domaine de la psychologie, tels que l'Analyse Transactionnelle, la Programmation Neuro-Linguistique, la gestion mentale. Il faut souligner que ces outils n'appartiennent pas à n'importe quel pan de la psychologie, ils visent en effet à « adapter le mieux possible les individus à la société [en les rendant] de plus en plus performants, maîtrisant les phénomènes, [devenant ainsi] maîtres d'eux-mêmes. » (Castel & Enriquez, 2008). Aussi, le coaching scolaire n'est pas déconnecté de son contexte d'émergence

Bien que les coachs scolaires soient tous d'accord au sujet des distinctions entre le coaching et l'accompagnement scolaire "traditionnel", les problématiques travaillées avec le jeune peuvent différer: certains ont choisi de plus se pencher sur la méthode (définition du profil d'apprentissage du coaché afin de lever les problèmes liés notamment aux blocages d'apprentissage, la méthodologie, l'organisation du temps de travail...), d'autres, majoritairement ceux de l'institut de coaching étudié, bien que se penchant sur ces points méthodologiques, axent principalement leur coaching sur les questions liées à l'orientation, le parcours du coaché (choix des filières, redoublement ou non, débouchés...). Ces différences d'objet de travail conduisent alors les coachs scolaires à définir l'âge auquel il est possible de se faire coacher et, de ce fait, à s'opposer également sur cette question. Aussi, les coachs travaillant plus sur la méthode et les blocages d'apprentissage estiment qu'il est possible à des élèves de primaire et collège de se faire coacher. Cela n'est pas le cas pour les coachs travaillant plus sur les problématiques liées à l'orientation qui, par leur souci d'articuler le coaching scolaire à son origine, le coaching des organisations, estiment nécessaire de « toujours associer le mot "coaching" au côté professionnel. » (Cécile, 32 ans, co-fondatrice d'un institut de coaching scolaire, a été chercheuse en psychologie et thérapeute). Aussi, ne leur est-il pas envisageable, de coacher des jeunes de moins de quinze ans, puisque ces derniers ne sont pas encore confrontés aux questions d'orientation.

Même si la définition du coaching scolaire n'est pas stable et diffère selon les coachs scolaires, il est possible de reprendre celle donnée par l'un d'entre eux englobant à la fois l'unité (la posture du coach,

l'opposition au soutien scolaire disciplinaire) et la diversité de cette pratique (des objets travaillés). Aussi, les coachs scolaires considèrent-ils le coaching scolaire comme: « [L'accompagnement des] personnes, [afin de] les aider à découvrir qui elles sont, ce qu'elles veulent et [de] leur permettre de se mettre en route pour atteindre leur but en accord avec elles-mêmes et avec leur environnement, dans une perspective scolaire quelle qu'elle soit[78]» (*Caroline, 48 ans, coach scolaire indépendante, a été professeur de mathématiques dans un établissement privé (sans avoir passé le concours) et formatrice vacataire au GRETA*).

Caractéristiques des coachs scolaires

La majorité des coachs scolaires rencontrés sont issus d'une catégorie sociale élevée, aussi bien par rapport à leur "héritage" social qu'à leur trajectoire intragénérationnelle. En effet, 13 coachs sur les 20 rencontrés ont un père cadre ou exerçant une profession intellectuelle supérieure et 5 ont un père artisan, commerçant ou chef d'entreprise. 14 coachs, avant de le devenir, étaient cadres ou exerçaient une profession intellectuelle supérieure. Bien que les artisans, commerçants et chefs d'entreprise soient moins bien représentés chez les coachs (2 sur 20) que chez leurs parents, il ne faut pas négliger le fait que plus des trois-quart des coachs scolaires (17 sur 20) sont issus du monde de l'entreprise (manager, assistante de gestion, analyste financier, ingénieur en informatique, commerçante, responsable administratif). Cette origine professionnelle des coachs scolaires permet en partie d'expliquer leur démarche de vouloir devenir coach[79], leurs compétences et leurs discours[80].

78 Il est vrai que cette définition du coaching scolaire interroge le chercheur (notamment l'usage et le recours à la notion d'accompagnement). Cependant, ces interrogations ne constituent pas, ici, le cœur de ce propos. D'autre part, il faut souligner que parler de coaching scolaire est dû à l'importance du domaine scolaire et de ses enjeux.

79 Les coachs scolaires ont ainsi pu développer une proximité avec le langage entrepreneurial (management, coaching), même s'ils n'étaient pas présentés comme tels.

80 Notamment celui où ils se présentent comme des "connaisseurs" du monde de l'entreprise, ou au moins mieux que ne l'est le service public (enseignants, conseillers d'orientation psychologues). Il faut tout de même noter que 2 coachs sur 20 étaient précédemment enseignants vacataires. C'est cette dimension qui, selon eux, permet de justifier leur intérêt au domaine scolaire.

Tableau 1 : L'origine sociale des coachs scolaires

CSP	Père		Mère	
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	5	1 artisan, 1 commerçant, 2 chefs d'entreprise	3	3 commerçantes
Cadres et professions intellectuelles sup.	13	8 cadres d'entreprise, 2 cadres de la fonction publique, 2 professions libérales, 1 professeur	3	2 professions libérales, 1 professeur
Employé(e)s	0		2	2 employées administratifs d'entreprise
Ouvriers	2	2 ouvriers qualifiés industriel	0	
Sans activité professionnelle	0		10	10 mères au foyer
Non réponse	0		2	
Total	20		20	

Tableau 2 : La trajectoire professionnelle des coachs scolaires

CSP	Les coachs scolaires		Leurs conjoints	
Commerçants et chefs d'entreprise	2	2 commerçants	1	1 chef d'entreprise
Cadres et professions intellectuelles sup.	14	8 cadres d'entreprise, 4 professions libérales, 1 cadre d'entreprise, 1 profession de l'information, arts et spectacles	1 2	5 cadres d'entreprise, 3 cadres d'entreprise, 3 professions libérales, 1 profession de l'information, arts et spectacles
Professions intermédiaires	4	2 professeurs des écoles, 1 profession santé et travail social, 1 profession commercial d'entreprise	0	
Sans activité professionnelle	0		4	3 retraités cadres, 1 femme au foyer
Non réponse	0		3	
Total	20		20	

La montée du coaching scolaire, en parallèle à celle des organismes privés d'accompagnement à la scolarité, se fonde en effet sur une critique (plus ou moins en filigrane) ainsi qu'une distanciation vis-à-vis de l'enseignement de masse (public de surcroît) qui n'a guère les moyens aussi bien techniques que financiers, d'offrir un accompagnement individualisé de l'élève. Aussi, le coaching scolaire revendique, à la différence de l'enseignement de masse, une prise en compte de la spécificité de chaque élève qui n'est plus seulement considéré sous l'angle scolaire. Et c'est cette posture, aux yeux des coachs scolaires, qui leur permettrait de réussir là où l'école[81] échouerait. Il est nécessaire de souligner que cette posture des coachs scolaires vis-à-vis de l'école constitue, pour eux, une posture "marketing" leur permettant de construire un marché scolaire parallèle à l'école. Bien que les discours critiques des coachs sur l'école puissent par ailleurs être fondés, il ne faut pas négliger le fait que ces propos aient une dimension stratégique en tant que discours de promotion du coaching. Ils constituent ainsi "l'espace des points de vue" des coachs scolaires, leur donnant une légitimité à leur activité, la constituant alors comme une offre attractive.

Point de vue des coachs sur l'oubli de l'enfant chez l'élève

Le regard critique des coachs porte sur plusieurs dimensions de l'institution scolaire. La première critique est celle qui concerne la non prise en compte de la particularité de l'élève qui « est mis dans des moules », qui « [est cassé du fait que l'école ne cesse de le] mettre dans des cases trop petites » (*Natacha, 38 ans, coach scolaire indépendante, a été professeur d'éco-gestion vacataire*). C'est la posture de l'école, référence à sa logique civique (Boltanski & Thévenot, 1991) qui est pointée du doigt par les coachs, qui pensent que l'élève n'est pas seulement un élève mais un enfant avec ses propres particularités, dont il faut tenir compte pour sa réussite.

81 Le terme "école" est ici entendu sous ses deux sens : aussi bien en tant qu'institution qu'en tant que lieu de rencontre des élèves et des enseignants.

Point de vue des coachs sur l'orientation scolaire

Les coachs scolaires formulent également des discours critiques au sujet du processus d'orientation scolaire, qui ne permet pas aux élèves, à leurs yeux, de « se connaître » (*Marguerite, 30 ans, coach au sein du réseau de coachs scolairse, a été assistante de gestion*), « d'avoir une meilleure connaissance d'eux-mêmes », de « trouver [leurs] talents, [leurs] compétences » (*Florence, 38 ans, coach au sein du réseau de coachs scolaires, a été analyste financier*). Les coachs posent la question de la formation des conseillers d'orientation psychologues qui « ne sont pas formés pour permettre à la personne de se connaître » (*Solène, 44 ans, coach au sein du réseau de coachs scolaires, a été responsable administratif dans une banque*), qui « donnent souvent beaucoup de documentations [mais qui] ne consacrent pas suffisamment de temps à chacun » (*Maria, 55 ans, coach scolaire indépendant, a été commerçante puis professeur de commerce*).

Point de vue des coachs sur la formation des enseignants

La formation (initiale et continue) des enseignants est également un sujet de critiques vis-à-vis de l'institution scolaire : « Je trouve que la formation des maîtres est complètement lamentable! On ne leur apprend pas à gérer un groupe ! » (*Natacha, 38 ans, coach scolaire indépendant, a été professeur d'éco-gestion vacataire*); « C'est surtout dans la formation des maîtres que ça pèche ! » (*Alexia, 55 ans, coach scolaire indépendant, a été architecte d'intérieur indépendant*); « Au niveau de la formation pédagogique des professeurs de collège et de lycée, c'est vraiment pas ça. » (*Magalie, 52 ans, coach au sein du réseau de coachs scolaires, a été informaticienne*).

Ces discours tenus par les coachs scolaires sont à articuler avec leur trajectoire sociale et professionnelle[82], mais également avec leurs caractéristiques culturelles, fortement influencées par le monde de l'entreprise. En effet, les discours critiques sur l'école, la formation des enseignants et des conseillers d'orientation psychologues ne sont pas uniquement tenus par d'anciens enseignants-vacataires, mais par l'ensemble des coachs scolaires. Par ailleurs, les coachs rencontrés ont

82 Cf. tableaux 1 et 2.

été formés au coaching (c'est-à-dire à la posture et aux outils du coach) et non spécifiquement au coaching scolaire. C'est par la suite qu'ils convoquent la méthodologie du coaching dans le champ de l'accompagnement à la scolarité. Bien que les discours critiques vis-à-vis de l'école ne soient pas des propos rapportés à l'issue d'une formation, ils peuvent néanmoins être analysés, tout comme a pu le faire Dominique Glasman au sujet des cours particuliers, comme permettant aux coachs d'esquisser un "contre-modèle" de l'école, critiquant son caractère massifié, donc impersonnel et peu "adapté à chacun" : « Parce qu'ils jouent un rôle de complément de l'école, ils contribuent aussi à présenter à bien des égards une sorte de contre-modèle. Celui-ci n'en vient pas –pas encore du moins, en France- à faire des cours particuliers, des concurrents stricts de l'école. Mais ils soulignent, par leur existence d'abord, par leur mode de fonctionnement d'autre part, par l'insistance enfin qu'ils donnent à tel ou tel aspect, ce que l'école ne fait pas, ou pas assez, ou pas de manière suffisante. » (Glasman, 2005, p.113). Aussi les discours tenus par les coachs scolaires reflètent-ils, par une logique de "distinction de l'école pour se distinguer", une remise en question du fonctionnement de l'institution scolaire, de ses catégories de pensée et de ses injonctions « venues d'en haut ».

La demande potentielle de coaching scolaire par des familles en quête de « clôture sociale »

La montée en puissance d'entreprises privées (de cours particuliers, mais également de coaching scolaire) offrant un appui à la scolarité, fait écho aux inquiétudes des parents[83], qui peuvent formuler par la suite, une demande plus explicite d'accompagnement à la scolarité, notamment de coaching scolaire. C'est donc la rencontre entre cette offre proposée par les organismes privés et la demande, ou plus

83 Il est possible de faire référence à Acadomia, organisme de cours particuliers, et plus particulièrement à sa campagne publicitaire très puissante, s'adressant plus aux parents (à leurs inquiétudes) qu'aux jeunes avec qui ils travaillent. Les affiches de publicité sont majoritairement collées dans les couloirs du métro (lieu quasiment incontournable de passage des parents pour aller travailler) et mettent en scène des visages où l'enfant est assimilé à un grand homme en devenir (Victor Hugo, Albert Einstein, Mahatma Gandhi).

précisément les attentes et les inquiétudes des parents, au sujet de la scolarité de leurs enfants, qui constituent un marché scolaire au sens d'une rencontre entre une offre et une demande concernant l'éducation.

Du fait de la "démocratisation" des cours particuliers (Glasman, 2005)[84] et de l'accroissement de plus en plus important de la compétition scolaire afin d'acquérir les meilleures places scolaires mais également sociales, il est possible d'émettre l'hypothèse selon laquelle les milieux sociaux les plus aisés, pour y faire face, ne se tournent plus seulement vers les cours particuliers mais essaient de mobiliser des ressources supplémentaires en se tournant vers d'autres formes d'accompagnement à la scolarité, telles que le coaching scolaire. Ainsi, la logique de distinction (tenir son rang, « créer de nouvelles formes de clôture sociale et institutionnelle pour maximiser leurs avantages » (Van Zanten, 2006) qui était à l'œuvre lors de l'émergence des cours particuliers se serait en quelque sorte déplacée (en partie) vers un autre domaine, celui du coaching scolaire[85]. La mobilisation scolaire et le travail d'accompagnement de la scolarité des enfants deviennent d'autant plus de véritables enjeux pour les familles issues des catégories supérieures du fait notamment de la diffusion du chômage des cadres et du constat d'un possible déclassement social. Ainsi, ces familles compensent leurs craintes par un surinvestissement de la scolarité de leurs enfants (Bouffartigue, 2001 ; Gombert, 2008). Le dépouillement des dossiers de coachés permet ainsi de constater que les raisons de recourir au coaching scolaire sont variées (entre les coachés) mais également multiples (un même coaché pouvant avancer jusqu'à quatre raisons de se faire coacher). Tout se passe comme si tout ce qui a trait à la scolarité peut devenir un objet de coaching scolaire.

84 Même si le recours aux cours particuliers reste encore l'apanage des classes sociales favorisées, il ne faut pas négliger que les familles issues des catégories populaires se tournent également vers cette pratique.

85 Lors de l'analyse des dossiers de coachés, il n'était pas toujours indiqué si ces derniers prenaient en complément du coaching scolaire, des cours particuliers, ou s'ils en avaient déjà pris.

Tableau 3 : Les raisons du recours au coaching scolaire, en %

Raisons du recours au coaching scolaire	Nombre de réponses des coachés	Part des réponses/nombre de coachés
Orientation scolaire et professionnelle	174	77.0
Méthodologie (gestion du temps de travail, organisation, etc.)	72	32.0
Motivation	40	17,8
Confiance en soi	15	6,7
Gestion du stress	5	2,2
Recherche de performance	2	0,9
Total	225	100

Les catégories de raison du recours au coaching scolaire, ont été construites par le chercheur, à partir des dossiers de coaching, dans lesquels les coachs retranscrivent les propos des coachés. Aussi, chaque coaché pouvait-il donner plusieurs raisons de son recours au coaching scolaire, ce qui explique l'écart entre le nombre de dossiers dépouillés (225) et le nombre de réponses totales (308).

Bien que l'item "recherche de performance" n'ait été cité que dans deux dossiers, il faut souligner que cela ne nous semble pas s'opposer à l'idée développée précédemment, selon laquelle le recours au coaching scolaire s'inscrit dans une société « convertie au culte de la performance ». Cette recherche est en effet très rarement explicitée par les enquêtés (coachés mais également coachs), car l'affirmer en tant que tel est souvent perçu négativement : « Ces mères, très portées par leur niveau culturel et leur position sociale à la réflexivité critique sur leurs propres pratiques, émettent sans cesse des jugements critiques sur ces stratégies et les visées à long terme qui les sous-tendent car elles sont très conscientes de leurs effets négatifs possibles sur le bien-être et l'épanouissement présent des enfants. » (Gombert & Van Zanten, 2004, p. 72).

Les coachs ou les parents réfutent également l'idée de recherche de performance, par le coaching scolaire, en l'indexant au domaine professionnel, ce qui peut s'expliquer notamment par leur origine sociale et professionnelle : « Le coaching en général et en entreprise c'est clairement lié à la performance. On paie entre guillemets un

coaching à un cadre, pas que un cadre mais c'est souvent un cadre, parce que sur **un** aspect de son métier, on trouve qu'il n'est pas performant mais que par ailleurs, comme il a de la valeur, on investit quelque part. Moi, je parlerai de la performance plutôt sous ces aspects-là. » (*Manuelle Louvier, 46 ans, coach scolaire indépendant, a travaillé dans un cabinet de recrutement*). Cependant, être en mesure de faire les "bons" choix d'orientation, de parcours, permettant alors d'atteindre les meilleures places sociales, maîtriser les outils de méthodologie, retrouver confiance en soi et motivation semblent, dans notre société, être nécessaires pour être apparaître performant dans son futur métier.

D'autre part, le souci de « clôture sociale » - plus ou moins conscient - est mis en exergue par les propos critiques formulés par les coachs scolaires. Ces discours font écho non seulement aux situations que peuvent rencontrer les familles et les jeunes au sein de l'institution scolaire -qui peuvent ressentir une absence de soutien lorsqu'ils « ne [rentrent] pas dans le moule[86] » (*Natacha, 38 ans, coach scolaire indépendant, a été professeur d'éco-gestion vacataire*) - mais également à la "philosophie" de vie des parents de coachés (Gombert & Van Zanten, 2004). En effet, la majorité des individus concernés par le coaching scolaire ont les dispositions nécessaires à la pratique de cet accompagnement à la scolarité : « Oui, je connaissais le coaching par l'intermédiaire de mon travail, en tant que manager. […] J'ai pensé qu'il faudrait quelque chose comme ça pour aider mon fils dans la construction de son projet d'orientation. » (*Madame Didier, 50 ans, manager, mari cadre commercial, mère de Julien, 18 ans, Term S*).

86 Là encore, se positionner contre le "moule scolaire" permet aux coachs de se distinguer vis-à-vis de l'école. Cependant, il faut noter que près de 44% des coachés ont au moins redoublés une fois (34% une fois, 10% deux fois).

Tableau 4 : Origine sociale des coachés

		Père		Mère	
		Effectif	%	Effectif	%
Agriculteurs		**3**	**1,8**	**0**	**0**
Artisans, com. et chefs d'ent		**11**	**6,6**	**15**	**8,9**
dont	artisans	4	2,4	4	2,4
	commerçants		0	7	4,1
	chefs d'ent.	7	4,2	4	2,4
Cadres et prof. intel. sup.		**139**	**83,2**	**83**	**49,1**
dont	prof. libérales	27	16,2	26	15,4
	cadres de la fonct. publ.	9	5,4	5	3
	professeurs et assimilés	6	3,6	7	4,1
	profession info., arts et spec.	4	2,4	5	3
	cadres adm. et com. d'ent.	65	38,9	34	20,1
	ingénieurs et cadres tech. d'ent.	28	16,8	6	3,6
Professions intermédiaires		**5**	**3**	**37**	**21,9**
dont	instit. et assimilés	0	0	11	6,5
	prof. interm. santé, travail social	0	0	4	2,4
	prof. interm. adm. fonct. publ.	0	0	1	0,6
	prof. interm. adm. et com. d'ent	0	0	21	12,4
	techniciens	3	1,8	0	0
	contremaîtres, agents de maîtrise	2	1,2	0	0
Employés		**1**	**0,6**	**6**	**3,6**
dont	emp. civils, agents de service fonct.	0	0	2	1,2
	policiers et militaires	1	0,6	1	0,6
	emp. adm. d'entreprise	0	0	1	0,6
	personnels de services directs aux	0	0	2	1,2
Ouvriers		**4**	**2,4**	**0**	**0**
dont	ouvriers qual. type artisanal	3	1,8	0	0
	chauffeurs	1	0,6	0	0
Retraités		**3**	**1,8**	**1**	**0,6**
dont	retraités artisans, com et chef d'ent.	1	0,6	1	0,6
	retraités cadres de la fonct. publ.	1	0,6	0	0
	retraités cadres adm. et com. d'ent.	1	0,6	0	0
Sans profession		**1**	**0,6**	**27**	**16**
Total		**167**	**100**	**169**	**100**

L'écart entre le nombre de dossiers (167-169 sur les 225 dépouillés) est dû à la part plus importante de non-réponse pour les pères (58) que pour les mères (56).

En reprenant les catégories établies notamment par Agnès Van Zanten concernant les caractéristiques de la classe moyenne, près de 83% des pères et près de 62% des mères de coachés, dont le dossier a été dépouillé, appartiennent au "pôle privé" des classes moyennes, et plus particulièrement au "pôle des technocrates" (79,7% des pères et 48,9% des mères) (Gombert & Van Zanten, 2004 ; Van Zanten, 2009).

Les parents des coachés sont donc très majoritairement des cadres issus du monde de l'entreprise (à des places de direction et de management) dans lequel s'opère « le culte de la personne » (Lipovetsky, 1993), impliquant une prise de position "méta", de distance à soi-même où il faut être « l'artisan de soi-même » (Ehrenberg, 1991), de "jouer gagnant" dans une visée de performance et d'efficacité (Gombert & Van Zanten, 2004). Aussi, les parents ne sont-ils pas insensibles aux discours du coaching mobilisant les logiques à l'œuvre dans l'univers du management, « les parents tendent ainsi à reproduire dans la sphère éducative les nouvelles règles du jeu propres à l'univers du management. […] Cette forme de "management éducatif" procède de la même logique que l'évolution récente de l'organisation du travail » (Gombert, 2008, p.154-155).

C'est bien ce que souligne une mère à la question lui demandant ce qui l'avait conduit à faire coacher sa fille : « C'est les difficultés que je sentais, enfin, je sentais qu'elle avait des difficultés sur un certain nombre de sujets et je sentais aussi que j'étais probablement pas la mieux placée pour l'aider… […] Comme je venais de faire cette formation [de coach] et que j'avais eu la chance de rencontrer Caroline, qui elle, est une professionnelle à la fois de l'apprentissage et du coaching, je me suis dit que ce serait une bonne idée de la faire accompagner dans ses difficultés scolaires par quelqu'un qui avait cette double formation, que moi, je n'avais pas. Donc Julia, elle avait des difficultés comme on peut tous en avoir à un moment donné. C'était plus des problèmes de structuration, et je me disais qu'il y avait sans doute des difficultés fonctionnelles on va dire, ouais, techniques, mais probablement des problèmes liés à l'estime de soi, liés à la confiance en soi qu'on peut travailler en coaching. » (*Christelle, 43 ans, ingénieur en informatique à un poste de manager, a effectué une formation de coach, mère de Julia, 17 ans, 1ère ES, coachée par Caroline*).

Par la coexistence de paramètres sociaux (allongement de la scolarité, renforcement de la concurrence scolaire, psychologisation, individualisation et responsabilisation des résultats scolaires) alimentant l'anxiété des familles face à la scolarité de leurs enfants (et par son intermédiaire, à leur avenir social), le travail des parents dans l'accompagnement à la scolarité devient primordial (Gombert, 2008). Aussi certaines familles moyennes et supérieures – et plus particulièrement celles du "pôle privé" - se tournent-elles vers des ressources supplémentaires (et plus uniquement les cours particuliers) convoquant leurs dispositions, telle que la référence au domaine de la psychologie. « La référence à la culture "psy" apparaît de ce point de vue [qui est celui de privilégier la responsabilité individuelle dans l'explication des phénomènes sociaux] comme un élément qui traverse l'ensemble des discours chez ces catégories sociales » (Gombert, 2008, p.117). Le coaching scolaire apparaît alors comme l'une de ces ressources se référant à la culture "psy" mobilisée par ces parents.

Bien que la provenance du coaching scolaire (le monde du sport à haut niveau, le monde des grandes entreprises) implique une méconnaissance de l'existence du coaching scolaire en tant que "ressource" selon les milieux sociaux, il ne faut pas négliger la dimension du coût du coaching scolaire où le prix de chaque séance d'une heure trente environ varie entre 80 et 150 euros[87], ce qui n'est pas abordable pour tous les parents. Cependant, soulignons que la dimension du coût du coaching participe à constituer un véritable marché scolaire de cette pratique d'accompagnement à la scolarité, puisque la rencontre de l'offre et de la demande s'effectue par l'intermédiaire d'une transaction financière.

87 Les coachs indépendants pratiquent des tarifs moins importants que ceux des instituts de coaching scolaire. Au début de leur activité, le temps d'avoir un cabinet, ils désirent s'aligner sur les tarifs pratiqués par les psychologues/psychothérapeutes (50 euros de l'heure). Les instituts de coaching pratiquent des prix aux alentours de 100 à 150 euros la séance. Certains coachs scolaires proposent également des "forfaits" qui s'élèvent à 500 euros les six heures.

Conclusion : les effets sociaux du coaching scolaire

Recourir à une telle pratique d'accompagnement à la scolarité n'est pas sans effet sociologique. Le coût non négligeable du coaching scolaire apparaît comme une dimension ségrégative au recours à cette pratique. Aussi, comme Dominique Glasman le souligne-t-il « l'argent est vraisemblablement aujourd'hui plus différenciateur dans la mise en œuvre des stratégies scolaires que dans la scolarisation proprement dite. » (Glasman, 2006, p.38). Cependant, le capital économique n'est pas l'unique facteur ; c'est cumulé avec un capital culturel et social relativement importants, détenus notamment par les familles du "pôle privé" des classes moyennes et supérieures, que les conditions de recours au coaching scolaire sont réunies, ayant alors un effet « de marquage de frontières par rapport aux autres groupes sociaux » (Gombert & Van Zanten, 2004 , p.75).

Les valeurs du coaching scolaire (position "méta", efficacité, auto-réalisation, autonomie) qui impliquent une conscientisation de son existence en tant qu'individu responsable de soi-même, « importées, de façon souvent mythique, du monde de l'entreprise et dont les parents du pôle privé sont porteurs, [et qui]apparaissent comme des tentatives pour fonder un nouveau modèle » (Gombert & Van Zanten, 2004, p.81) ne sont pas sans effet sur le "champ des possibles" du coaching scolaire. Aussi, les individus qui ne connaîtraient pas une socialisation semblable à celle convoquée lors du coaching scolaire rencontreraient-ils des obstacles supplémentaires à lever pour adopter la "bonne" posture nécessaire à cette pratique.

Il est ainsi possible de penser que le recours à une telle pratique d'accompagnement à la scolarité produise, d'une part un maintien de la « clôture sociale » de la part de ces familles (voire une distinction accrue) et d'autre part, un renforcement des différences scolaires (effets sur ses apprentissages et ses résultats scolaires, son bien être, son "vécu" d'élève ainsi que sa trajectoire et sa carrière scolaire) et ultérieurement sociales (une fois adulte, dans le monde du travail, le coaché pourra reconvoquer les postures acquises lors de son coaching

scolaire, telle que celles le conduisant à se faire "l'artisan de soi-même")[88].

88 D'après ce qu'ont pu dire nos enquêtés des premiers effets du coaching scolaire sur leur enfant, qui a pu gagner en confiance en soi, en gestion du stress, formuler un projet d'orientation, suivre "sa" voie. Cependant, des travaux ultérieurs permettront de mieux étayer cette hypothèse, puisque nous n'avons pas encore le recul nécessaire à l'analyse des effets du coaching scolaire (aussi bien scolaire que professionnel) sur le long terme.

Références bibliographiques

ANGEL, P. & AMAR P. (2005). *Le coaching*. Paris : Presses Universitaires de France.

BEN AYED, C. & BROCCOLICCHI, S. (2001). Quelques remarques concernant les usages de la notion "marché" dans le champ scolaire. *Questions éducatives*, 20, 9-15.

BOLTANSKI, L. & THÉVENOT L. (1991). *De la justification: les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.

BOLTANSKI, L. & CHIAPELLO, E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.

BONNÉRY, S. (2008). Les usages de la psychologie à l'école : quels effets sur les inégalités scolaires ?. *Sociologies pratiques*, 17, 107-120.

BOUFFARTIGUE, P. (2001). *Les cadres : fin d'une figure sociale*. Paris : La Dispute.

BROCCHOLICHI, S. & VAN ZANTEN, A. (1997). Espaces de concurrence et circuits de scolarisation. L'évitement des collèges publics d'un district de la banlieue parisienne. *Annales de la recherche urbaine*, 75, 5-17.

CASTEL, R. & ENRIQUEZ, E. (2008). D'où vient la psychologisation des rapports sociaux ?. *Sociologies pratiques*, 17, 15-27.

DURU-BELLAT, M. & VAN ZANTEN, A. (2006). *Sociologie de l'école.* Paris : Armand Colin.

EHRENBERG, A. (1991). *Le culte de la performance*. Paris : Hachette.

FELOUZIS, G. (2005). Performances et 'valeur ajoutée' des lycées : le marché scolaire fait des différences. *Revue française de sociologie*, 46 (1), 3-36.

FRANÇOIS, J.C. & POUPEAU, F. (2008). Les déterminants socio-spatiaux du placement scolaire. Essai de modélisation appliquée aux collèges parisiens. *Revue française de sociologie*, 49 (1), 93-126.

GLASMAN, D. & COLLONGES, G. (1994). *Cours particuliers et construction sociale de la scolarité*. Paris : Centre National de Documentation Pédagogique.

GLASMAN, D. (2005). *Le travail des élèves pour l'école en dehors de l'école*. Chambéry : Laboratoire Langages, Littératures, Sociétés.

GLASMAN, D. (2006). L'argent et la réussite scolaire. *Revue administration et éducation*, 109, 29-38.

GOMBERT, P. (2008). *L'école et ses stratèges*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

GOMBERT, P. & VAN ZANTEN, A. (2004) Le modèle éducatif du pôle privé des classes moyennes : ancrages et traductions dans la banlieue parisienne. *Education et Sociétés*, 14, 67-83.

LIPOVETSKY, G. (1993). *L'ère du vide, essai sur l'individualisme contemporain*. Paris : Gallimard.

MAROY, C. (2006). *Ecole, régulation, marché. Une comparaison de six espaces scolaires locaux en Europe*. Paris : Presses Universitaires de France.

OLLER, A.C. (2006). *Le coaching scolaire, une pratique sociale émergente*. Mémoire de Master 1, Chambéry : Université de Savoie.

OLLER, A.C. (2009). Le coaching scolaire ou l'accompagnement scolaire de distinction. *VEI Diversité*, 156, 107-111.

TRALONGO, S. (2008). La méthode du « Projet personnel et professionnel » : un « travail de soi » des étudiants. *Sociologies pratiques*, 17, 95-105.

VAN ZANTEN, A. (2001). *L'école de la périphérie*. Paris : Presses Universitaires de France.

VAN ZANTEN, A. (2006, Mai). *La fin de la méritocratie ? Les stratégies éducatives des classes moyennes et supérieures*. Actes du colloque Repenser la justice dans le domaine de l'éducation et de la formation, organisé par l'UMR Éducation et Politique, Lyon.

VAN ZANTEN, A. (2007). Individualisme et solidarité dans les choix éducatifs des familles. In S. Paugam (Ed.), *Repenser la solidarité. L'apport des sciences sociales* (pp. 705-720). Paris : Presses Universitaires de France.

VAN ZANTEN, A. (2009*). Choisir son école. Stratégies familiales et médiations locales*. Paris : Presses Universitaires de France.

WALFORD, G. (1996). Market or quasi-market ?. *Oxford Studies in Comparative Education*, 6 (1), 7-15.