

ENQUÊTE SUR LE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL: «I am the best!» ou la méthode Coué

par Jacqueline Remy,
Jean-Sébastien Stehli, Gilbert Charles et Nathalie Tiberghien

« Un boulevard pour les charlatans et les sectes. » Michel Lacroix

« Le danger présenté par le culte du développement personnel
réside surtout dans le fossé entre les limites de ses recettes
et la prétention de ses promesses. »

**S'affirmer pour être plus heureux, plus performant. Dans la vie privée ou dans le travail,
la recherche du développement personnel est devenue un leitmotiv.
Enquête sur un phénomène, ses adeptes, ses gourous... et ses sceptiques**

«Toi d'abord!» Jamais on ne l'a dit si crûment, depuis qu'on voit monter le culte de l'ego dans les sociétés occidentales. «Toi d'abord!» Ce n'est plus un conseil de bon sens, c'est devenu un leitmotiv, un mot d'ordre, une sorte d'incantation collective aux accents d'injonction. Occupe-toi de toi-même, développe ton potentiel, travaille sur toi, et surtout estime-toi! C'est la nouvelle clef du bonheur: Estime-toi, si tu veux réussir ta vie personnelle et ta vie professionnelle! Estime-toi, si tu veux que les autres te rendent la pareille. Estime-toi, si tu veux t'épanouir et libérer tes compétences affectives et sociales! Estime-toi, si tu veux être à la hauteur de ton destin.

C'est le dernier cri du développement personnel (DP), qui explose aujourd'hui. Nourrie par les gourous du New Age, cette psycho-philosophie avait surtout prospéré, depuis les années 70, auprès des babas amateurs de spiritualités orientales et d'expériences psychosensorielles. Avec l'ouverture, au fil des années 80, de l'énorme marché de la formation dans les entreprises, une multitude de néo-thérapeutes se sont engouffrés dans cette mouvance et se sont emparés des techniques qui la fondent, celles de la «psychologie humaniste» - dite aussi «mouvement du potentiel humain» - brevetée à Esalen, sur la côte californienne. Longtemps considéré en France comme un fatras de concepts et de méthodes un peu simples, le phénomène du DP est en train de conquérir le grand public. Aujourd'hui, pas un ouvrage sur le mieux-être qui ne devienne un best-seller. Plus subrepticement, les valeurs véhiculées par ce mouvement imbibent notre culture, qui succombe à l'«utopie de la préservation du soi», selon l'expression du chercheur Zaki Laïdi. Un credo assez bien résumé par la «Déclaration d'estime de soi» édictée par deux des derniers chantres du soi, Rosette Poletti et Barbara Dobbs, et qu'on peut résumer ainsi: «1. Dans tout l'Univers, il n'y a pas une autre personne qui soit exactement semblable à moi. Je suis moi et tout ce que je suis est unique. 2. Je suis responsable de moi-même. 3. Je peux choisir de manifester le meilleur de moi-même.» Moi d'abord: mais il ne s'agit pas seulement de se contempler dans le miroir. Il s'agit de prendre la mesure de ses responsabilités et de conduire son existence comme une entreprise précieuse.

Les auteurs de cette profession de foi, deux infirmières férues de psychospiritualité, viennent de publier chez *Jouvence* un livre intitulé, évidemment, L'Estime de soi. Sous-titre: Un bien essentiel. Mais c'est le best-seller de Christophe André et François Lelord qui a donné le la, en 1999. On doit à ces deux pys, consultants en entreprise, l'incroyable succès de l'idée même d'estime de soi, promue passeport pour le bonheur: il s'est vendu, à ce jour, 230 000

exemplaires de leur ouvrage, L'Estime de soi (Odile Jacob). Depuis, l'expression est devenue un sésame éditorial. On en fait des manuels de poche (81 Façons de cultiver l'estime de soi, de Marie Borrel chez Tredaniel), des sommes théoriques (Estime de soi, confiance en soi, de Josiane de Saint-Paul, chez Dunod), et des guides pratiques (Avoir confiance en soi, de Marie Haddou, chez Flammarion).

FAILLITE DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

Sans oublier les enfants: la psychanalyste Emmanuelle Rigon va publier chez Albin Michel, début mars, Papa, maman, j'y arriverai jamais, comment l'estime de soi vient à l'enfant. Maryse Lassabe, qui dirige Les 100 Ciels, une librairie spécialisée à Paris, dans le quartier du Marais, soupire: «Tous les éditeurs s'y mettent, il y a trop de livres. Mais on n'a jamais tant eu besoin d'avoir confiance en soi.»

Christophe André et François Lelord confirment: «Nous savions que le manque d'estime de soi est au cœur de toutes les pathologies qu'on soigne.» Tous les acteurs du développement personnel expliquent que ce travail sur soi est rendu indispensable par la précarité professionnelle et l'incertitude affective qui pèsent sur nos vies. «Après-guerre, on nous a proposé un confort matériel censé nous rendre heureux, explique Yves Michel, fondateur du Souffle d'or, l'un des précurseurs de cette mouvance en France. Il en découle une insatisfaction personnelle due à des situations absurdes, à des emplois sans âme. C'est la faillite de la société de consommation.» Accusée, l'école qui lamine l'ego: «A côté d'un 12,5 sur 20, un prof n'hésite pas à inscrire en marge "insuffisant", cela veut dire quoi? s'indigne la psychanalyste Emmanuelle Rigon. Les bulletins sont souvent négatifs. On dirait que les adultes ont peur d'encourager les enfants à construire leur estime de soi.» Accusée aussi, l'entreprise. La psychiatre Catherine Bensaïd, qui a publié Aime-toi, la vie t'aimera (Laffont), affirme: «Dans mon cabinet, je vois de plus en plus de gens qui souffrent de l'entreprise. Nous sommes dans un monde de plus en plus agressif. Nous devons donc apprendre à nous défendre.» Mais nous sommes un peu perdus, sortis des rails d'antan, jetés dans une société individualiste qui nous demande de décider seuls de nos vies (lire l'interview). «Nous n'avons plus une vie balisée de pancartes qui nous disent ce qu'il faut faire, insiste Marie Borrel. Il y a émergence de l'individu comme sujet, et ce sujet ne doit pas être laminé. Il doit donc trouver des repères identitaires forts.» Il doit donc se trouver.

TROUVER SA « LÉGENDE PERSONNELLE »

La pub ne dit pas autre chose. Ford France a choisi Zidane pour icône de sa marque, car il incarne les valeurs montantes, «authenticité, bien-être, estime de soi», explique le concepteur de la campagne au Journal du dimanche. «Be yourself », jette Hugo Boss. «Parce que je le vaux bien», réplique L'Oréal. Renifleuse de tendances, Cécile Monier, qui travaille à l'agence McCann-Erickson, auteur de cette campagne maligne, affirme qu'elle voit monter le thème de l'estime de soi depuis un an: «Tout a commencé par les femmes qui, vivant sur plusieurs plans à la fois, ont une stratégie de survie: si elles ne pensent pas à elles, personne ne le fera. Ce qui est nouveau, c'est que les hommes commencent à parler de l'estime de soi. Ils sont chahutés dans leur identité. Ils ont besoin d'être fiers de ce qu'ils sont, mais ils ne savent plus ce qu'ils sont censés être.»

Le maître mot, c'est l'«assertivité», l'affirmation de soi. Sois, mais qui? Pas si facile de répondre. Alors, hommes et femmes, tous cherchent. Il faut trouver sa «légende personnelle», comme dit Paulo Coelho. D'où le formidable succès du magazine Psychologies (lire l'interview). D'où la multiplication des émissions de radio ou de télévision exaltant le soi intime. D'où l'engouement pour les cafés psycho ou les bars à philo. D'où la multiplication des séminaires proposés aux cadres, via la formation, pour leur apprendre à être ce qu'ils pourraient être, et mieux encore. Cette quête débouche sur un psychomarché en pleine

expansion. Claude Baumel, qui organise le Salon du bien-être, rendez-vous annuel des amateurs et professionnels du développement personnel (du 31 mars au 2 avril, à Saint-Laurent-du-Var), raconte: «Il y a dix ans, ce mouvement ne touchait que les branchés marginaux. Aujourd'hui, on voit arriver le gros bataillon des gens qui cherchent simplement à se sentir mieux. Les entreprises aussi ont compris l'intérêt du facteur humain pour lutter contre l'absentéisme, les conflits, les crises, et pour tirer le maximum de créativité et d'énergie de chaque collaborateur.» Il suffit de se plonger dans les petites annonces de Psychologies, Nouvelles Clés ou L'Âme et le cœur, par exemple, pour constater que le marché de l'intimité est en pleine expansion. On peut acheter des coussins musicaux de relaxation, avec clapotis de vagues, bruit de la pluie en été ou battements de cœur. On peut s'offrir des psychojeux «pour tout savoir sur soi et mieux se connaître» (Voyage à l'intérieur de soi-même, de Michèle Costa Magna, chez Actes Sud junior). Des centaines de «thérapeutes» - n'importe qui peut s'afficher thérapeute - proposent leurs services. La plupart des mouvements de renouveau religieux, sous couvert de spiritualité, jouent en fait la carte de la prise en charge psy, comme l'explique la sociologue Valérie Rocchi, qui a consacré une étude aux réseaux psychomystiques. Des milliers de conférences, thérapies, ateliers, formations sont organisés dans toute la France - surtout dans le Sud - et proposent des réponses à tous les problèmes. On y trouve une kyrielle de techniques puisées dans les courants les plus divers de la psychothérapie (analyse transactionnelle, programmation neurolinguistique, dynamique de groupe), de méthodes américaines à la terminologie branchée - rebirth, coaching, relooking - ou de pratiques issues des médecines douces, des cultures traditionnelles ou du New Age, à base de psychologie rudimentaire teintée parfois d'ésotérisme. Stages «d'affirmation de mon moi profond», voyage «à la découverte de nos chamans intérieurs», massages chinois et même «purification intestinale»: tout est bon pour soigner son corps et son âme, trouver un sens à son existence, retrouver l'estime de soi. On peut même se contenter d'emmagasiner des trucs, comme ceux de la psychologue Marie Haddou: «Exemple de technique d'affirmation de soi, dit-elle, le disque rayé. Quand vous voulez dire quelque chose à quelqu'un qui refuse d'entendre, vous répétez jusqu'à ce que l'autre comprenne.»

Carillon indien à l'entrée, odeurs d'encens, musique New Age. Ex-chef d'entreprise dans la distribution, Maryse Lassabe a ouvert sa librairie, Les 100 Ciels, voilà dix ans: «Nous avons de plus en plus de demandes, dit-elle. Des femmes d'abord, et maintenant des hommes.» Au sous-sol, on sert du thé et, le mercredi, on tient des conférences. «Nous faisons le plein avec Lise Bourbeau, qui a écrit Ecoute ton corps et Qui es-tu?» Les stars? Jacques Pitra, spécialiste du coaching, et Jacques Salomé, que son éditeur Marc de Smedt, chez Albin Michel, qualifie de phénomène d'édition: «C'est ce que nous appelons un "long-seller", il se vend sur la durée. Tous ses livres dépassent maintenant 30 000 exemplaires. On constate une accélération depuis un an ou deux. Nous avons tiré Dis, papa, l'amour c'est quoi? à 8 000 exemplaires en 1999, et nous en sommes à 100 000.»

Ce soir, aux 100 Ciels, Philippe Barraqué officie, des clochettes tibétaines au bout des doigts. Il explique comment les vibrations sonores des cordes vocales agissent utilement sur les organes. «Je vous invite maintenant à respirer profondément avant d'entamer tous ensemble un long aoummmm », suggère-t-il. Paumes tournées vers le «ciel» de la cave, les yeux fermés, les 40 participants exhalent une obéissante plainte vocale. Prix de la séance: 100 francs.

"I AM THE BEST ! » OU LA MÉTHODE COUÉ

À l'autre bout de la ville, dans une salle au premier étage d'un immeuble des Champs-Élysées, six cadres issus de différentes entreprises planchent devant deux animateurs et une caméra vidéo. Un ingénieur, qui a besoin de savoir expliquer en termes simples ses projets au personnel de direction, un chef des ventes chargé de doper une équipe de commerciaux, un responsable marketing qui doit apprendre à répondre aux critiques des clients, une femme,

cadre dans un organisme de logement social, qui doit régulièrement animer des réunions avec des élus locaux: tous ont besoin d'être en pleine possession de leurs moyens et de lustre leur image. L'un après l'autre, ils se mettent en scène devant la caméra. «Pensez à regarder vos interlocuteurs dans les yeux», intervient l'animateur. Un cadre d'un groupe automobile fait mine de s'adresser à un aréopage de concessionnaires. Il bafouille, on reprend. «Prenez le point de vue de l'interlocuteur, retournez-le de façon positive, ne cherchez pas à le contredire, n'oubliez pas le sourire.» En réalité, les stagiaires subissent exactement le même traitement de la part de l'animateur: «Il ne s'agit pas de les démolir en leur disant qu'ils sont nuls, mais au contraire de leur montrer leurs points positifs.» Organisé par la société Dale Carnegie, le stage coûte entre 5 000 et 7 000 francs à l'entreprise. «On ne demande plus aux salariés d'être compétents, on les veut créatifs et innovants», souligne Didier Wayne, président de la branche française de Dale Carnegie, qui, pour des stages de un à douze jours, a accueilli en 2 000 les cadres de 200 entreprises.

«L'estime de soi, ce n'est pas quelque chose d'acquis une fois pour toutes, expliquent François Lelord et Christophe André. Il faut la nourrir, sinon elle s'étiolle. Il faut deux carburants: l'approbation de soi et celle des autres, autrement dit le sentiment d'être compétent et la réussite.» Jamais le culte de la performance, récemment décrit par Ehrenberg, n'a été si débridé. «Il faut séduire sur le plan personnel et se vendre auprès de son patron», observent les auteurs de L'Estime de soi. Catherine Bensaïd souligne à quel point cette pression sociale est devenue lourde: «Aujourd'hui, il faut être beau, jeune, avoir des enfants réussis, un couple harmonieux, des activités passionnantes, et un métier intéressant. Forcément, on n'y arrive pas. On se défend, comme aux Etats-Unis, en se vantant: "I am the best! " On se met en scène, artifices à l'appui. Pour survivre à cela, ne faut-il pas se réconcilier avec sa propre image?»

FAMILLE, SOCIÉTÉ... FINI LE SOCIOLOGISME

Mais les gourous du développement personnel sont plus ambitieux que cela. Il ne suffit pas de plaire. Il ne suffit pas de s'aimer non plus. Il faut conjuguer les deux objectifs. Et bosser dur. Commencez tout de suite. Regardez-vous dans la glace. Bon, d'accord, vous n'êtes pas parfait. Un peu inhibé. Tendance à prendre la tangente. Vous avez du mal à dire non. A dire oui aussi, accessoirement. Au boulot, c'est moyen. A la banque, c'est au rouge. En famille, ce n'est pas le Pérou non plus. Vous vous dites que vous avez des excuses: enfance malheureuse, chef caractériel, conjoncture économique inique. STOP! Arrêtez tout.

Avec le développement personnel, fini le sociologisme. Vous n'êtes pas le produit de votre passé ni de votre milieu. «L'important n'est pas ce que l'on a fait de moi, mais ce que je fais moi-même de ce qu'on a fait de moi», énonce Serge Ginger, praticien de la Gestalt-thérapie en France. Cette citation est tirée d'un remarquable petit ouvrage, le meilleur sur le sujet, dans lequel le philosophe Michel Lacroix analyse avec rigueur le phénomène du DP (Le Développement personnel, Flammarion) et son antisociologisme, selon lequel «il est donc vain d'instruire le procès de la famille ou de la société. La non-réalisation de soi ne dépend pas de l'environnement, mais du film qui se déroule dans la conscience». Michel Lacroix raconte une anecdote édifiante. Aux Etats-Unis, Anthony Robbins, l'un des maîtres de la programmation neurolinguistique (PNL) et du chamanisme, convia un clochard devant son auditoire, lors d'un séminaire de DP. Le pauvre homme raconta par quel enchaînement de malheurs il en était arrivé là. Robbins rétorqua: «Vous avez tiré des conclusions négatives de ce qui vous arrivait, mais il ne tenait qu'à vous d'interpréter la situation familiale d'une façon différente...» Verdict de Robbins, conclut Lacroix: ce clochard a choisi sa déchéance. Il est totalement responsable de son destin. Comme moi. Comme vous.

Fondée sur la théorie du psychologue américain Abraham Maslow (voir l'article), l'idéologie du DP tranche net avec la victimologie dont les décennies passées étaient friandes.

Délibérément optimiste, elle affirme que le manque d'estime de soi est non l'effet, mais la cause, de nos malheurs. «Vous avez toutes les cartes en main, martèlent ses gourous, à vous de jouer.» Il suffit de se déprogrammer. Abandonnez vos «croyances limitantes», ces raisonnements erronés qui vous font croire, par exemple, que vous êtes déprimé, timide, seul et effrayé. Et reprogrammez-vous avec des «pensées positives». Oui, vous avez des ressources intérieures. Il suffit de les mobiliser. Oui, vous pouvez mieux communiquer, être plus heureux et plus performant. Il suffit de développer votre potentiel - car vous avez un potentiel. Et grâce à ce potentiel, vous pouvez devenir le meilleur.

La candeur de ces exhortations, qui rappellent la méthode Coué, peut faire sourire. Ou réfléchir. Car le but, aujourd'hui, ce n'est plus seulement le bonheur - l'«euphorie perpétuelle», dénoncée par Pascal Bruckner - et ce n'est pas non plus l'hédonisme qui panse le mal de vivre, ni la libération de l'ego qui casse les interdits. Au contraire, on s'adapte à la société. On la domine. Derrière le volontarisme têtu de cette philosophie se profile un idéal de maîtrise prométhéen, une exigence un peu faustienne - comme l'observe Michel Lacroix - dont on peut se demander à quelle angoisse elle répond. On a un outil à sa disposition: soi. Et, cet outil, il faut le modeler. Non pas pour être mieux, mais pour être plus, toujours plus. De là à devenir son propre dieu, il n'y a qu'un pas. Certes, il ne suffit pas de se doter d'«outils», de techniques, de clefs, de recettes pour devenir un surhomme. Mais sourd tout de même un petit espoir nietzschéen.

«Deviens ce que tu es.» On n'est pas loin non plus de l'existentialisme. Mais Sartre aurait souri d'entendre déployer les armes du développement personnel. Objectif n°1: apprendre à piloter son cerveau, dont nous n'utilisons que 10% du potentiel, selon le DP. Michel Lacroix a recensé les différentes techniques, du training autogène à la programmation neurolinguistique. En bref, le jeu consiste à dynamiser la mémoire, selon la méthode Silva, par exemple, à se forger une personnalité en exploitant ses atouts hier ignorés, à dominer son corps, et à augmenter son pouvoir sur le monde extérieur: gérer son temps, accroître son leadership, mieux communiquer, élargir sa conscience. Quoi qu'il arrive, on s'intéressera davantage à vos succès qu'à vos échecs. Le monde n'est pas si effrayant, puisqu'il n'est que l'image qu'on s'en fait. Michel Lacroix, qui a longuement enquêté dans le milieu, raconte que les formateurs aiment bien lancer: «Le monde vous déplaît? Changez de concepts!»

L'AMOUR-PROPRE STENDHALIEN

Cet optimisme séducteur et cette inflation du Moi ont de quoi agacer. Le chercheur Zaki Laïdi (Un monde privé de sens, Fayard) a ainsi dénoncé dans Libération l'illusion de «ce décentrement radical du "nous" - collectif et universel - vers un "soi" narcissique et différencialiste». Mais les adeptes du DP balaient d'un revers de main l'accusation d'égoïsme: «Pour être bien avec les autres, il faut d'abord être bien avec soi.» Plus cyniquement, Stendhal aurait répliqué: «Il n'y a pas d'amour, il n'y a que de l'amour-propre.» A son tour, le sociologue Jean-Pierre Le Goff voudrait dynamiser Les Illusions du management et prône un «retour au bon sens». Il s'en prend aux directions des ressources humaines new-look, qui veulent non seulement évaluer le «savoir» et le «savoir-faire» des salariés, mais aussi leur «savoir-être» - «Ce ne sont pas seulement, dit-il, l'autonomie et la responsabilité, transformées paradoxalement en normes, qu'on prétend évaluer, mais le courage, la franchise, voire l'adhésion à l'entreprise...». Et de conclure que l'évitement des conflits est dangereux et que cette logique managériale «met à rude épreuve le psychisme de chacun».

« UN BOULEVARD POUR LES CHARLATANS »

Michel Lacroix fait deux autres critiques, aussi graves, au mouvement du DP. N'importe qui peut s'annoncer thérapeute. «C'est un boulevard pour les charlatans et les sectes», qui, semblent-ils, ont tendance à infester cette mouvance. La théorie de la « Dianétique » distillée par l'Eglise de scientologie, qui veut transformer l'individu en Thêtan (être supérieur), a d'ailleurs beaucoup de points communs avec celles du DP. L'autre danger, dénoncé aussi par les psychanalystes classiques, menace les clients un peu trop fragiles qui, brusquement immergés dans des séances expéditives, sous haute tension émotionnelle - il faut créer du lien - risquent de craquer gravement.

Mais le danger présenté par ce culte du développement personnel réside surtout dans le fossé entre les limites de ses recettes et la prétention de ses promesses. En misant sur le besoin actuel, réel, de responsabilité individuelle, les gourous du DP jouent sur du velours. En faisant miroiter des rêves illimités de toute-puissance, ils jouent avec les nerfs de leurs adeptes. Devenir le patron de sa petite entreprise Moi, c'est, selon l'expression du gourou du management Tom Peters, s'exposer à des vertiges angoissants. Mais chercher à s'aimer soi-même, c'est aussi faire un pas vers la sagesse.

* Cet article a été publié dans le magazine hebdomadaire *L'Express* du 22/02/2001 sous le titre «Les nouvelles clefs de la confiance en soi» ; on peut le retrouver sur Internet à l'adresse URL suivante : http://www.lexpress.fr/actualite/societe/les-nouvelles-clefs-de-la-confiance-en-soi_490640.html

Le titre « Enquête sur le développement personnel » et le sous-titre « I am the best ! ou la méthode Coué » sont de Psychothérapie Vigilance ; ils remplacent le titre « Les nouvelles clefs de la confiance en soi » et le sous-titre « Moi d'abord ». Les deux citations en italique mises en exergue sont extraites de l'article mais ne figurent pas ainsi dans l'hebdomadaire.