EMCC FRANCE
L'Association Européenne de Coaching

Synthèse

Etude qualitative sur le mentorat dans les entreprises françaises

Pour informer les membres de l'EMCC sur la pratique du mentorat en France, nous avons mené une étude qualitative auprès d'un panel de grandes entreprises qui ont développé des programmes de mentorat au profit de leurs salariés.

Nous avons bénéficié de l'aide du réseau professionnel riche et développé de l'EMCC France pour parvenir à recenser une dizaine d'entreprises, toutes appartenant à de grands groupes, dans les secteurs de l'automobile, l'énergie, l'agroalimentaire, le ciment, les mutuelles, les services bancaires, l'audit ou le consulting.. Les personnes interrogées avaient soit participé à la mise en place de ces programmes, soit en avaient bénéficié. La plus part d'entre-elles ont souhaité garder l'anonymat.

Les objectifs de cette étude furent les suivants :

- Evaluer la compréhension du mentorat par les entreprises interrogées
- Comprendre les programmes mis en place.
- Connaître les attentes des entreprises le pratiquant.
- Evaluer les bénéfices de la pratique
- Connaître les difficultés liées au processus pour envisager des axes d'amélioration

L'étude montre que les programmes de mentorat recensés sont plutôt réservés aux hauts potentiels et répondent à plusieurs préoccupations des entreprises, notamment : la transmission de savoirs faire et savoirs être entre experts seniors et juniors ; l'intégration de nouveaux salariés et la diffusion de la culture de l'entreprise ; la promotion des femmes ; le développement de nouvelles compétences et l'accélération de la carrière.

La mise en place du mentorat est globalement bien perçue par les personnes interrogées et les entreprises qui le pratiquent témoignent d'un bon niveau de satisfaction. L'analyse des différents programmes permet de faire apparaître des bénéfices tripartites pour les mentors, les mentorés, et l'entreprise.

Parmi les principaux évoqués : une amélioration du lien social, un renforcement de la confiance, un développement du réseau, une amélioration de la communication en interne et avec la hiérarchie.