

## Les profils de personnalités sont-ils tous faux ?

### Com-Hom News



Communication & Management  
Hommes & Méthodes

*Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable et responsable.*

[www.com-hom.com](http://www.com-hom.com)

### Les limites de la modélisation



Les profils de personnalité font foison : développement personnel, recrutement, cohésion d'équipe... Nous en avons même créé un en 2012 au doux nom de [J'AIME®](#).

A l'image des hiéroglyphes égyptiens, sont-ils « aspectifs », c'est-à-dire manquent-ils de perspective ?

Et quel lien entre profil de personnalité et richesse de la différence ?

J'ai commencé à m'intéresser aux profils de personnalité dans les années 98 avec l'espoir de développer une meilleure communication avec les clients dans le cadre de mon métier de commercial. J'ai formé mes équipes à ces outils. A l'époque, c'était une découverte et surtout très rassurant de mettre des personnes dans des cases : il est « rouge et bleu », « ENFP », « Travaillomane en phase empathique », il est de profil 7...

Il est très difficile de résister à ce « profilage » des personnes quand pour la première fois, un référentiel, une modélisation nous est proposée. C'est donc naturel de « cartographier » et nous voici rassurés. Nonobstant, cela est une forme de jugement.

Avec une bonne prise de recul, comment peut-on résumer une personne à quelques dimensions, écrire un rapport sur ce qu'il est, sans parfois même le connaître, sur la base d'un nombre limité de questions (en général entre 20 et 100 questions). A ce titre, Com-Hom a toujours refusé d'écrire le moindre rapport sur « la personne » en prédéterminant ce qu'elle « EST ». Nous nous limitons à une représentation graphique.

Les plus convaincus diront que les résultats de différents tests donnent des orientations similaires. C'est bien la preuve que cela marche... ou que les bases de ces différents profils sont identiques.

Sur ce point, nous pourrions conclure que ces profils sont un risque... Qu'ils sont « **aspectifs** ».

\*\*\*

En fait, tout dépend **de la perspective** qu'on veut leur donner 😊.

Ces profils ont la grande qualité de partager une grille d'observation, un alphabet, pour comprendre les différents modes de pensée, attitudes, aptitudes et talents, et surtout besoins profonds que chacun d'entre nous a en fonction de sa personne. Et de s'y intéresser...

Ils deviennent très intéressants lorsqu'ils permettent de sortir du jugement de la différence (« Il est dur », « Il est ingérable », « C'est un maniaque », « Il est trop gentil »). Ils permettent de mettre des mots, une compréhension des différentes approches et moteurs qui animent les personnes et ouvrent à une exploration de cette différence. La perspective est alors donnée dans le [changement de regard](#) ([mettre lien sur article Munos](#)) grâce à la capacité à questionner ce qu'avant nous jugions.

Sortir du jugement, est le début de l'intérêt de l'autre, de la coopération, de la confrontation et de l'innovation. C'est le début de la richesse de la différence :

- D'abord se découvrir pour comprendre ses modes de pensées et de fonctionnements, ses talents et talons, ses besoins ;
- Pour ensuite s'ouvrir et éclairer ses angles morts par une confrontation à la différence, une volonté de comprendre les besoins de ses interlocuteurs, de donner et recevoir des feed-backs.
- Et enfin, négocier pour construire ensemble une/des solutions équilibrées et durables répondant aux besoins de chacun.

Car la durabilité de la performance est question de complémentarité :

- Rêve ET Réalité
- Exigence ET Bienveillance
- Cohérence du groupe ET Unicité des individus
- Changement ET Stabilité
- Opinion ET Emotion
- Innovation ET concrétisation
- ...

Pour aller plus loin :

- [Se connaître et comprendre les autres pour coopérer](#)
- [S'affirmer et favoriser la coopération](#)
- [Accompagnement individuel](#)



Marc VILCOT  
[Com-Hom](#)

**Marc VILCOT** : J'ai vécu 17 années enrichissantes de vente et management dans l'industrie. De formation technique (Grenoble INP 89), mes préférences créatives et relationnelles m'ont vite orienté vers des activités commerciales et marketing : directeur commercial (1997-2007). En 2008, je me suis investi dans la formation et l'accompagnement, poursuivant ainsi, dans des contextes variés, le développement de la performance par « le travailler ensemble ».

Je trouve en Com-Hom : confrontation de nos approches, évolution permanente de nos pratiques, laboratoire d'idées, confiance.

J'accompagne et je forme en management d'équipe, vente & négociation, performance individuelle et collective, lecture des personnalités, régulation des relations & gestion de conflit, cohésion d'équipe & coopération.



Notre raison d'être est représentée par notre logo : associer les **H**ommes, le **M**anagement, la **C**ommunication et les **M**éthodes au service des **O**bjectifs.

**Copyright**

Les textes sont la propriété de [Com-Hom](#)