

Déontologie de l'Académie du Coaching

La Définition du Coaching pour l'Académie du Coaching

Parmi les dizaines de définitions du coaching qui circulent, nous privilégions celle-ci :

**« L'art d'aider une personne
à trouver ses propres solutions »**

Le coaching que nous pratiquons s'adresse à des personnes travaillant dans ou pour les entreprises.

Déontologie

1. Préalablement à l'intervention, établir avec l'interlocuteur responsable chez le client un accord précisant ce qu'il souhaite atteindre et le cadre de l'intervention. Préciser le cas échéant les règles de confidentialité et les autres protections à assurer. Ajuster si nécessaire cet accord au fur et à mesure de l'avancée du coaching.
2. Considérer la personne (ou groupes de personnes) auprès desquelles nous intervenons comme faisant partie d'un système global (entreprise ou institution) et effectuer l'accompagnement des personnes et des groupes dans l'intérêt de l'ensemble du système.
3. Utiliser à l'égard de la personne (ou groupes de personnes) auprès desquelles nous intervenons l'ensemble de notre expérience et de nos compétences professionnelles en fonction des problématiques qu'elle expose.
4. Informer le client lorsque les problèmes soulevés par l'intervention sortent du champ de nos compétences et lui recommander le cas échéant le recours à d'autres professionnels.
5. Disposer d'un lieu régulier de supervision pour s'assurer de la qualité et de la justesse de son travail d'accompagnement .
6. Disposer d'un lieu de travail thérapeutique et y avoir recours autant que de besoin dans l'intérêt et dans le respect de son client.
7. Etre en mesure d'explicitier au client les fondements théoriques du processus d'accompagnement que nous utilisons à son égard.
8. Refuser d'aider le client à agir en dehors du cadre de la loi française ou si l'intervention n'assure pas le respect des personnes.
9. Laisser au client la responsabilité de ses décisions opérationnelles.
10. Nous informer et nous former aux recherches et avancées dans les domaines professionnels de notre compétence
11. Connaître suffisamment le « métier » du client pour comprendre les aspects opérationnels des problèmes qu'il soulève. Demander les informations pour comprendre ce métier.

ICF (International Coach Federation)

ICF Code de Déontologie

Première Partie : la Philosophie du Coaching à l'ICF

L'International Coach Federation (ICF) adhère à une forme de coaching qui respecte le client comme expert dans sa vie et dans sa profession, et croit en chaque client, sa créativité, ses ressources, son intégrité.

Sur ces bases, la responsabilité du coach est de :

- Découvrir, clarifier et s'aligner sur ce que le client veut accomplir.
- Encourager le client à explorer ses propres potentialités.
- Eclairer les solutions et stratégies que formule le client.
- Centrer le client sur ses enjeux et responsabilités.

Seconde Partie : la Définition du Coaching pour l'ICF

Le coaching est un accompagnement professionnalisé dont les bénéficiaires produisent des résultats significatifs dans leurs vies, leurs carrières, leurs projets ou leurs organisations. Par le processus de coaching, les clients approfondissent leurs apprentissages, accroissent leur niveau de performance et génèrent plus de satisfaction dans leur vie.

Le client choisit le sujet de chaque séance auquel le coach contribue par son écoute active, ses observations et son questionnement. Cette interaction crée de la clarté et met le client en action. Le coaching accélère la progression du client en lui fournissant un éclairage pointu et une prise de conscience de ses choix.

Coacher, c'est se concentrer sur là où en sont les clients et sur ce qu'ils sont prêts à faire pour arriver où ils veulent être dans l'avenir.

Les coachs membres de l'ICF et les coachs certifiés par l'ICF reconnaissent que les résultats proviennent des intentions du client, de ses choix et de ses actions, avec le soutien du coach dans le déroulement du processus de coaching.

Troisième Partie : Repères Déontologiques de l'ICF

Conduite professionnelle générale

1. Le coach se conduit de manière à présenter une image positive de la profession de coach et s'abstiendra de comportements ou de déclarations qui portent atteinte à la compréhension ou à l'acceptation par le public du coaching en tant que profession.
2. Le coach ne fera pas volontairement de déclarations publiques qui soient fausses ou trompeuses, ni de fausses promesses dans quelque document que ce soit se rapportant à la profession de coach.
3. Le coach respectera les diverses approches de coaching. Il traitera avec respect les travaux et les contributions de tiers et ne les présentera pas comme siens.

4. Le coach sera attentif à toute incidence potentiellement néfaste en reconnaissant la nature du coaching et son impact sur la vie des autres personnes.
5. En toutes circonstances, le coach cherchera à reconnaître les incidences personnelles qui pourraient influencer, entrer en conflit ou interférer avec la performance de son coaching ou ses relations professionnelles. Quand les faits ou les circonstances l'imposent, il cherchera rapidement une assistance professionnelle et déterminera l'action à suivre, y compris si cela est approprié de suspendre ou de terminer ses relations de coaching.
6. Comme formateur ou superviseur de coachs potentiels ou accomplis, le coach se conduira en accord avec le code déontologique de l'ICF dans toutes les situations de formation et de supervision.
7. Le coach conduira et rendra compte de recherches avec compétence, loyauté et dans le cadre de standards scientifiques reconnus. Sa recherche sera conduite avec l'approbation ou le consentement nécessaire des personnes impliquées, et avec une approche qui protège raisonnablement les participants de quelque risque potentiel.
8. Avec précision, le coach créera, entretiendra, archivera et détruira toute trace du travail effectué en rapport avec la pratique du coaching d'une façon qui assure la confidentialité et satisfait toutes les lois en vigueur.
9. Le coach utilisera l'information qui relève de l'annuaire de l'ICF (adresses Internet, numéros de téléphone, etc) seulement de la façon et dans le cadre autorisé par l'ICF.

Conduite professionnelle à l'égard des clients

10. Le coach se tiendra responsable de déterminer les limites claires, pertinentes et culturellement adaptées qui gouvernent quelque contact physique qu'il puisse avoir avec ses clients.
11. Le coach n'engagera de relation intime ou personnelle avec aucun de ses clients.
12. Le coach construira des accords clairs avec ses clients et honorera tous les accords pris dans le contexte de relations professionnelles de coaching.
13. Le coach s'assurera que, au cours de la première séance, ou préalablement, son client comprend la nature du coaching, le cadre de la confidentialité, les accords financiers et les autres termes du contrat de coaching.
14. Le coach identifiera avec précision ses qualifications, son savoir-faire et son expérience de coach.
15. Le coach n'orientera pas intentionnellement son client ni ne formulera de fausses promesses sur ce que son client pourrait obtenir d'un processus de coaching ou de lui en tant que coach.
16. Le coach ne donnera à ses clients ou prospects quelque information ou avis qu'il sait ou croit trompeur.
17. Le coach n'exploitera pas en connaissance de cause quelque aspect de la relation coach-client à son profit ou à son avantage personnel, professionnel ou financier.

18. Le coach respectera le droit du client de terminer le coaching en quelque point du processus. Il sera attentif aux signes que le client ne tire plus parti de leur relation de coaching.
19. S'il croit que le client serait mieux accompagné par un autre coach, ou par une autre ressource, le coach encouragera le client à entreprendre ce changement.
20. Le coach suggèrera que ses clients recherchent les services d'autres professionnels lorsque cela apparaît pertinent ou nécessaire.
21. Le coach prendra toutes les mesures utiles pour informer les autorités compétentes dans le cas où son client déclarerait une intention de mettre en danger lui-même ou des tiers.

Confidentialité

22. Le coach respectera la confidentialité des propos de son client, sauf autorisation expresse de sa part ou exigence contraire de la loi.

Conflits d'intérêts

23. Le coach obtiendra l'accord de ses clients avant de mentionner leur identité ou toute information permettant de les identifier.
24. Le coach obtiendra l'accord du bénéficiaire du coaching avant de dévoiler quelque information le concernant à quiconque rémunère sa prestation.
25. Le coach veillera à éviter tout conflit entre ses intérêts et ceux de ses clients.
26. Pour tout conflit d'intérêt, en cours ou potentiel, le coach exposera ouvertement la situation et délibèrera pleinement avec son client comment en traiter de quelque façon qui le serve le mieux.
27. Le coach tiendra son client informé des rémunérations qu'il pourrait recevoir de tiers pour des recommandations ou conseils le concernant.
28. Le coach pratiquera l'échange de prestations contre des services, des biens ou toute autre rémunération non financière seulement lorsque cela n'affecte pas la relation de coaching.

Quatrième Partie : l'Engagement Déontologique à l'ICF

En tant que professionnel, le coach s'engage à honorer ses obligations déontologiques à l'égard de ses clients, de ses collègues et du public en général. Il s'engage à respecter le code déontologique de l'ICF, à traiter les personnes avec respect comme des êtres humains indépendants et égaux, et à revendiquer ces engagements auprès de ceux qu'il accompagne.

Si le coach contrevenait à cet engagement ou à quelque partie du Code de déontologie de l'ICF, il accepte que l'ICF, à sa seule discrétion, le tienne responsable. En outre, il convient que sa responsabilité à l'égard de l'ICF puisse entraîner la perte de son adhésion à l'ICF et/ou de son accréditation ICF.

EMCC (Association Européenne de Coaching)

Code de déontologie (Conseil Européen du Mentorat et du Coaching – EMCC)

Introduction

Le Conseil Européen du Mentorat et du Coaching (EMCC) a été créé de façon que la relation de coaching/mentorat se fasse dans les meilleures conditions et dans le respect des plus hauts standards, quelle que soit la forme donnée à cette relation, afin que l'environnement du coaching/mentorat offre la garantie des meilleures possibilités d'apprentissage et de développement.

Objectif

Le présent code de déontologie fixe ce que les clients et commanditaires sont en droit d'attendre d'un coach/mentor dans le cadre d'une relation de coaching, de mentorat, de formation ou de supervision. Il doit constituer la base de tout accord entre les parties.

Tous les membres de l'EMCC acceptent les principes et objectifs de l'EMCC. Il se peut toutefois que des membres ne respectent pas dans tous les cas ces principes déontologiques. C'est pourquoi l'EMCC a mis en place une procédure de recours permettant d'examiner toute infraction audit Code par l'un des membres. Il est fait référence à cette procédure ultérieurement dans le présent document.

Tous les membres de l'EMCC s'engagent à indiquer l'existence de ce code à l'organisation commanditaire et au client dès la phase de contrat.

Terminologie

Le terme « coaching/mentorat » est utilisé pour décrire tous types de coaching et de mentorat pouvant intervenir dans un cadre professionnel ou personnel. L'EMCC reconnaît l'existence de nombreux types de coaching et de mentorat, et une définition de leurs diverses formes s'avèrera nécessaire lorsque des normes plus détaillées auront été produites.

Le terme « client » fait référence à toute personne utilisant les services d'un coach ou d'un mentor. Nous estimons que le terme « client » peut être remplacé par tout autre terme pouvant sembler mieux approprié aux parties impliquées dans la relation de coaching/mentorat, à savoir par exemple « collègue », « partenaire », « coaché » ou « mentoré ».

Il s'entend que, dans certains cas, le coach/mentor peut avoir deux « clients », à savoir l'individu coaché et l'organisation commanditaire du coaching/mentorat. Dans le présent code, nous avons choisi d'utiliser le terme de « commanditaire » pour le deuxième afin de les différencier.

Les termes « supervision » et « superviseur » font référence au processus de suivi du travail du coach ou du mentor, travail permettant à ce dernier de bénéficier de l'avis ou du conseil d'un pair qualifié. Même si la terminologie est identique, le processus peut être considérablement différent de ce qu'il est dans d'autres professions, telle que la psychothérapie et le conseil.

Code

Le coach/mentor reconnaît la dignité de tout être humain. Il se conduit de façon à respecter les différences de chacun et à donner à tous des possibilités identiques.

La responsabilité première du coach/mentor consiste à garantir le meilleur service au client et à agir de façon à ne faire aucun tort ni au client ni au commanditaire.

Le coach/mentor s'engage à garder en toutes circonstances sa dignité, son autonomie et sa responsabilité individuelle.

Le code de déontologie de l'EMCC couvre les aspects suivants :

1. La compétence
2. Le contexte
3. La gestion des limites
4. L'intégrité
5. Le professionnalisme

1. Compétence

Le coach/mentor :

- a. Garantit que son niveau d'expertise et de connaissances lui permet de répondre aux besoins du client.
- b. Garantit qu'il est à même d'agir conformément au présent code de déontologie et aux normes qui peuvent en découler.
- c. S'engage à faire évoluer sa pratique et à améliorer sans cesse son niveau de compétence en suivant régulièrement des formations appropriées et en participant à des activités organisées par la profession.
- d. Garde une relation avec un superviseur de qualité lui permettant d'évaluer régulièrement ses compétences et d'en assurer l'évolution. Le superviseur est tenu au respect de la confidentialité à laquelle il est fait référence dans le présent code. Le terme « superviseur de qualité » est défini dans le document relatif aux normes de l'EMCC.

2. Contexte

Le coach/mentor :

- a. S'engage à ce que la relation de coaching/mentorat reflète le contexte dans lequel s'effectue le coaching/mentorat.
- b. Veille à ce que les attentes du client et du commanditaire soient bien prises en compte et à ce que client et commanditaire aient eux-mêmes bien compris de quelle façon il serait répondu à ces attentes.
- c. Vise à créer un environnement favorable à l'apprentissage pour le client, le coach/mentor et le commanditaire.

3. Gestion des limites

Le coach/mentor :

- a. S'engage à travailler en toutes circonstances dans les limites de ses compétences, à reconnaître les cas dans lesquels le travail dépasse le cadre de ses compétences et à mettre alors le client en contact avec un

coach/mentor plus expérimenté, ou à aider le client à rechercher l'aide d'un autre professionnel, tel qu'un conseil, un psychothérapeute ou un conseiller juridique ou financier.

- b. Est conscient du risque de conflits d'intérêts de nature commerciale ou affective pouvant découler de la relation de coaching/mentorat et s'engage à les régler de façon rapide et efficace pour que cela ne porte aucun préjudice ni au client ni au commanditaire.

4. Intégrité

Le coach/mentor :

- a. Respecte le niveau de confidentialité approprié et convenu au démarrage de la relation.
- b. Ne divulgue des informations qu'après accord exprès avec le client ou le commanditaire (le cas échéant). Le coach/mentor peut toutefois sortir de la confidentialité s'il estime qu'il y a une preuve de danger sérieux pour le client ou pour des tiers en cas de non divulgation de l'information.
- c. Agit dans le cadre légal et n'encourage en aucune façon une conduite malhonnête, déloyale, non professionnelle ou discriminatoire, pas plus qu'il n'apporte son assistance ou son soutien à des personnes engagées dans des pratiques de cette nature.

5. Professionnalisme

Le coach/mentor :

- a. Répond aux besoins de son client en matière d'apprentissage ou de développement, conformément au programme prévu dans le cadre de la relation de coaching/mentorat.
- b. N'exploite le client en aucune façon, ni financièrement, ni sexuellement ni professionnellement dans le cadre de la relation établie, cette liste n'étant toutefois pas limitative. Le coach/mentor s'assure que la durée du contrat de coaching/mentorat ne dépasse pas le temps nécessaire pour le client/le commanditaire.
- c. S'engage à respecter ses responsabilités de professionnel même lorsque la relation de coaching/mentorat est terminée.

Cela inclut :

- Le respect de la confidentialité convenue pour toutes les informations liées aux clients et aux commanditaires.
 - La non exploitation de la relation ayant existé.
 - L'apport de tout suivi sur lequel les parties se sont mises d'accord
 - La conservation en lieu sûr de tous les documents et informations y relatifs.
- d. Fait preuve de respect vis-à-vis des différentes approches de coaching et de mentorat et vis-à-vis des autres professionnels.

- e. Ne fait jamais état de travaux ni d'opinions de tiers en les prétendant siens.
- f. Veille à ce que toute revendication de compétences, de qualifications ou d'accréditation professionnelles soit clairement et précisément expliquée aux clients potentiels et à ce qu'il ne soit pas fait explicitement ni implicitement état d'aucune référence erronée ou trompeuse dans un quelconque document imprimé.

Infractions au code

Les membres de l'EMCC s'engagent à donner dans tous leurs contrats de coaching et de mentorat une image positive de la profession. Si un client ou un commanditaire estime qu'un membre de l'EMCC a agi d'une façon impliquant une infraction au code de déontologie, il doit en référer tout d'abord au membre concerné et rechercher avec lui une solution. Chacune des parties peut demander à l'EMCC d'apporter son assistance dans un processus de résolution du problème.

En cas d'insatisfaction, le client ou le commanditaire est habilité à introduire un recours formel. Les recours sont examinés dans le respect de la 'Procédure disciplinaire et de traitement des recours' de l'EMCC. Les membres de l'EMCC sont tenus de fournir sur demande un exemplaire du présent document qu'ils peuvent se procurer en écrivant à : European Mentorat and Coaching Council, Wildhill, Broadoak End,- Hertford SG14 2JA

Ou en adressant un e-mail à : info@emccouncil.org

Si un recours vient à être introduit contre un membre de l'EMCC, ce dernier est tenu de se montrer coopératif dans le cadre de la procédure mise en place.

Les membres de l'EMCC peuvent être amenés à avoir une confrontation avec un confrère lorsqu'ils ont une bonne raison de penser qu'il agit de façon contraire à la déontologie de la profession et, si la confrontation ne permet pas d'aboutir à une solution, ils peuvent en référer à l'EMCC.

SFCoach (Société Française de Coaching)

Le coaching professionnel est l'accompagnement de personnes ou d'équipes pour le développement de leurs potentiels et de leurs savoir-faire dans le cadre d'objectifs professionnels.

Code de déontologie Société Française de Coaching

(version mise à jour en janvier 2011)

*« Ce code est établi par la **Société Française de Coaching** exclusivement pour la pratique du coaching professionnel. Il est opposable à tout membre de la Société Française de Coaching. Il vise à formuler des points de repère déontologiques, compte tenu des spécificités du coaching en tant que processus d'accompagnement d'une personne dans sa vie professionnelle.*

Ce code de déontologie est donc l'expression d'une réflexion éthique ; il s'agit de principes généraux. Leur application pratique requiert une capacité de discernement. »

Titre 1 - Devoirs du coach

Art. 1-1 - Exercice du Coaching

Le coach s'autorise en conscience à exercer cette fonction à partir de sa formation, de son expérience et de sa supervision initiale.

Art. 1-2 - Confidentialité

Le coach s'astreint au secret professionnel.

Art. 1-3 - Supervision établie

L'exercice professionnel du coaching nécessite une supervision. Les Membres Titulaires de la Société Française de Coaching sont tenus de disposer d'un lieu de supervision, et d'y recourir à chaque fois que la situation l'exige.

Art. 1-4 - Respect des personnes

Conscient de sa position, le coach s'interdit d'exercer tout abus d'influence.

Art. 1-5 - Obligation de moyens

Le coach prend tous les moyens propres à permettre, dans le cadre de la demande du client, le développement professionnel et personnel du coaché, y compris en ayant recours, si besoin est, à un confrère.

Art. 1-6 - Refus de prise en charge

Le coach peut refuser une prise en charge de coaching pour des raisons propres à l'organisation, au demandeur ou à lui-même. Il indique dans ce cas un de ses confrères.

Titre 2 - Devoirs du coach vis à vis du coaché

Art. 2-1 - Lieu du Coaching

Le coach se doit d'être attentif à la signification et aux effets du lieu de la séance de coaching.

Art. 2-2 - Responsabilité des décisions

Le coaching est une technique de développement professionnel et personnel. Le coach laisse de ce fait toute la responsabilité de ses décisions au coaché.

Art. 2-3 - Demande formulée

Toute demande de coaching, lorsqu'il y a prise en charge par une organisation, répond à deux niveaux de demande : l'une formulée par l'entreprise et l'autre par l'intéressé lui-même. Le coach valide la demande du coaché.

Art. 2-4 - Protection de la personne

Le coach adapte son intervention dans le respect des étapes de développement du coaché.

Titre 3 - Devoirs du coach vis à vis de l'organisation

Art. 3-1 - Protection des organisations

Le coach est attentif au métier, aux usages, à la culture, au contexte et aux contraintes de l'organisation pour laquelle il travaille.

Art. 3-2 - Restitution au donneur d'ordre

Le coach ne peut rendre compte de son action au donneur d'ordre que dans les limites établies avec le coaché.

Art. 3-3 - Equilibre de l'ensemble du système

Le coaching s'exerce dans la synthèse des intérêts du coaché et de son organisation.

Titre 4 - Devoirs du coach vis à vis de ses confrères

Art. 4-1-1 - Les Membres Adhérents peuvent, dans toute communication professionnelle les concernant, faire état de leur « engagement écrit à respecter la Déontologie de la Société Française de Coaching ».

Art. 4-1-2 - Selon leur agrément reçu, les autres Membres ont le droit d'utiliser les appellations déposées ci-dessous dans toute communication professionnelle les concernant :

- pour les Membres Associés : « *Membre Associé de la Société Française de Coaching* »
- pour les Membres Titulaires : « *Membre Titulaire de la SFCoach®* » (logo déposé)
- pour les Membres Fondateurs : « *Membre Fondateur de la SFCoach®* » (logo déposé)

Art. 4-1-3 - Les droits ci-dessus sont conditionnés au versement effectif par le Membre concerné de sa cotisation annuelle appelée.

Art. 4-2 - Obligation de réserve

Le coach se tient dans une attitude de réserve vis-à-vis de ses confrères.

Titre 5 - Recours**Art. 5-1 - Recours auprès de la SF Coach®**

Toute organisation ou personne peut recourir volontairement auprès de la Société Française de Coaching en cas de manquement aux règles professionnelles élémentaires inscrites dans ce code ou de conflit avec un coach de la SF Coach®.