

Fiche de lecture de Virginie Hingre (dans le domaine public)

Titre :	La déontologie dans les pratiques de coaching.	
	Actualité de la Formation Permanente, N°178 , pp. 40-44 et 47.	
Localisation :	Provient du site avmh4.com ¹ (http://www.avmh4.com/document/virginie-hingre-deontologie-coaching.pdf)	
Auteurs :	Burney, L. , Roques, A. et Sellès, M.	Année : 2002
Mots clés :	contrat tripartite - processus de déroulement (du coaching, de la relation) – demande - confidentialité - supervision	

¹ AVMH4, l'entreprise qui vous accompagne avec Attention, Vigilance, Méthode, Humanisme par la Créativité, le Conseil, le Consulting et le Coaching. Découvrez le sens de votre situation : une clé essentielle de votre bien-être et de votre réussite. AVMH4 est une marque déposée semi-figurative en couleurs.

Résumé :

Depuis l'expérience de 3 praticiennes du coaching individuel multiculturel, il ressort de cet article, une tentative de clarification de certains principes déontologiques du coaching professionnel où la relation entre différentes personnes est fondamentale et une invitation à la confrontation de leur points de vue afin de faire progresser ce jeune et vrai métier en le distinguant du conseil, de la formation et de la thérapie.

En outre, étant donnée la récurrence des questions de fond que se posent les entreprises commanditaires et les intéressés eux-mêmes - bénéficiaires du coaching -, elles nous livrent leur permanente réflexion éthique qui est enrichie par le groupe de travail « European Grow Groupfor coaches » (EGG). Cette réflexion leur semble être un des chemins possibles afin que donneurs d'ordres et coachés trouvent des réponses au moins partielles à leurs légitimes interrogations relatives au coaching, processus d'accompagnement d'une personne dans sa vie professionnelle.

Autrement-dit, se doter d'un cadre déontologique vise à donner des points de repère tant pour les coach que pour les personnes ou entreprises qui les font intervenir. En France, sont implantées 2 associations qui travaillent à ce code de « bonnes pratiques » du métier de coach. Il s'agit de la Société Française de Coaching, (SFCoach) précurseur en ce domaine, et International Coaching Federation (ICF). Les écoles de formation et cabinets spécialisés suivent une dynamique analogue en formalisant leur propre réflexion.

Seront notamment retenus trois points essentiels argumentés à l'aide de 10 articles (cf tableau) parmi les 16 constituants la charte de déontologie de la S.F.C. présentée en page 47 de la revue « Actualité de la Formation Permanente ».

Fiche de lecture de Virginie Hingre (dans le domaine public)

- **En amont du coaching proprement dit...**

Les trois phases successives et préalables à la conclusion d'un contrat tripartite, qui instaureront progressivement une relation à trois, sont de loin les plus importantes et représentent 80% de la réussite d'un coaching puisqu'en principe la phase d'exécution n'est que l'application de ce qui a été convenu lors de la conclusion.

La première étape aborde le choix d'un coach par l'entreprise notamment dans des périodes de transition (fusion-acquisition, préparation à une nouvelle fonction).

La deuxième phase reflète l'espace de confiance nécessaire mais construite afin que les trois parties se choisissent. Toutefois, il appartient au coach de rappeler les effets indirects du coaching.

La dernière phase concerne la formalisation rigoureuse du contrat tripartite de coaching qui s'allie avec la souplesse du déroulement du processus et de la relation. Ainsi, le rôle du coach est de permettre au donneur d'ordres et au futur coaché d'échanger dans la clarté et la transparence sur leurs finalités réciproques. Lorsque l'offre est acceptée, le contrat est formé et deviendra la référence pour les trois parties (cf tableau).

- **De la confidentialité à 2 niveaux : commanditaire et coaché...**

Le coach, du fait de son regard et de sa position extérieurs, lui permet deux choses. La première est d'établir de la confiance nécessaire au coaché lors de son travail avec lui. Le coaché se sentira alors libre d'aborder des réflexions personnelles et présentera tout ce qu'il jugera bon de communiquer au donneur d'ordres sur le travail accompli, en présence ou non du coach. La deuxième est de rassurer l'organisation quant à la confidentialité des informations dont il peut être le dépositaire.

- **De la supervision afin de clarifier ce qu'est la « bonne distance » en coaching...**

Elle est incontournable dans la mesure où elle permet notamment d'éviter des phénomènes de transfert (qui rendent le coaché dépendant de la relation au coach) et de « maîtriser » le contre-transfert (réactions inconscientes du coach à la personne du coaché).

Exiger la supervision, pour le processus de titularisation des coach, outre un travail de développement personnel est une des grandes forces du coaching en France.

Fiche de lecture de **Virginie Hingre** (dans le domaine public)

Principes de déontologie (SFC)		Articles
Contrat tri-partite	« entreprise recherche coach »	<ul style="list-style-type: none"> • 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 supervision initiale. » • 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. »
	« entreprise, coach et coaché se choisissent »	<ul style="list-style-type: none"> • 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, l'un de ses confrères »
	« les 3 parties formalisent le contrat »	<ul style="list-style-type: none"> • 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. » • 3-3 : Equilibre de l'ensemble du système : « Le coaching s'exerce dans la synthèse des intérêts du coaché et de son organisation. » • 2-1 : Lieu du coaching : « Le coach se doit être attentif à la signification et aux effets du lieu de la séance de coaching. »
Confidentialité		<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 : Confidentialité : « Le coach s'astreint au secret professionnel. » • 3-2 : Restitution au donneur d'ordres : « Le coach ne peut rendre compte de son action au donneur d'ordres que dans les limites avec le coaché. »
Supervision		<ul style="list-style-type: none"> • 1-4 : Respect des personnes : « Conscient de sa position, le coach s'interdit d'exercer tout abus d'influence. » • 1-3 : Supervision établie : « L'exercice professionnel du coaching nécessite une supervision. »
Éléments essentiels de l'offre de coaching		<ul style="list-style-type: none"> • nécessaires : nature, prix et nombre d'interventions de coaching. • complémentaires : critères de réussite, durée, lieu, confidentialité du contenu de l'intervention, « bilans » intermédiaire et final, paiement des séances annulées au dernier moment...

Virginie Hingre