

Déontologie

AC – ICF – EMCC et SFCoach

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.