

CODE DE DÉONTOLOGIE GLOBAL

des coachs, mentors et superviseurs

INTRODUCTION ET OBJET

Toutes les organisations (“les organisations”) cosignataires du présent code de déontologie (“le code”), dont la liste figure au chapitre 5, adoptent la déclaration suivante :

En tant qu’organisations professionnelles, nous nous engageons à promouvoir et appliquer l’excellence des pratiques et les principes déontologiques du coaching et du mentorat, mais aussi de la supervision, un domaine dont la professionnalisation va croissant grâce notamment aux technologies numériques, à la science des données et à l’intelligence artificielle (IA). Tout au long de leur adhésion, nos membres acceptent de se conformer aux dispositions et principes du présent code de déontologie dans le cadre de leurs fonctions de coachs, mentors, superviseurs, formateurs/prestataires de formation ou apprenants.

Le code s’inscrit dans la droite ligne des exigences définies par la Charte professionnelle du coaching et du mentorat. Cette charte, élaborée conformément à la législation européenne, est répertoriée dans la base de données de l’Union européenne consacrée aux initiatives d’autorégulation en Europe.

Le présent code a pour but d’être un guide, et non un document juridiquement contraignant qui détaillerait ce qu’un membre est autorisé ou non à faire. Il spécifie les exigences de bonnes pratiques du coaching, du mentorat et de la supervision, afin de renforcer l’excellence de la profession. Il a pour objet :

- de définir des directives adaptées et des standards d’exercice professionnel responsable, applicables par tous nos membres ;
- de spécifier les comportements et agissements attendus de nos membres dans le cadre de leur relation avec des coachés, mentorés, supervisés (ci-après dénommés “clients”) et de leurs interactions avec des pairs, des commanditaires, des parties prenantes et d’autres professionnels ;

- sur la base de nos référentiels de compétence respectifs, de guider le développement et la progression professionnelle de nos membres ;
- d'orienter l'action des personnes qui ne se présentent pas comme coach, mentor ou superviseur professionnel, mais qui mettent en œuvre des compétences relevant du coaching, du mentorat ou de la supervision dans leurs activités ;
- de constituer le texte de référence pour traiter tout recours ou entreprendre toute action disciplinaire dans les conditions prévues par les procédures respectives de nos organisations.

LE CODE DE DÉONTOLOGIE

Le code définit les attentes générales de nos organisations en matière de conduite et de comportement professionnel. Il comprend cinq chapitres :

- 1. Terminologie**
- 2. Relations avec les clients**
- 3. Conduite professionnelle**
- 4. Excellence de la pratique**
- 5. Signataires du code de déontologie global**

1. Terminologie

- a) Par souci de concision, les termes suivants sont utilisés dans ce code :
- “clients” désigne les personnes coachées, mentorées et supervisées, ainsi que les apprenants ;
 - “membres actifs” ou “membres” désigne les coachs, mentors, superviseurs et formateurs/prestataires de formation ;
 - “activité professionnelle” désigne les activités de coaching, mentorat et supervision ;
 - “profession” désigne le coaching, le mentorat et la supervision
- b) Les signataires du présent code reconnaissent que les termes “profession” et “professionnel” sont employés pour désigner des activités non réglementées, mais dont le degré de professionnalisation et d'autorégulation va croissant.
- c) Les signataires du présent code reconnaissent que les titres de “coach”, “mentor” et “superviseur” ne sont pas protégés et qu'ils peuvent être utilisés par quiconque pour désigner sa pratique, que ces personnes soient membres ou non d'une organisation professionnelle.
- d) Chaque signataire définit précisément qui, parmi ses membres et autres interlocuteurs (ci-après collectivement dénommés “membres”), doit se conformer au présent code.
- e) Les membres doivent connaître la terminologie et les définitions utilisées par leur propre organisation professionnelle pour le bon usage des termes clés figurant dans ce code, par exemple coach, coaching, client, membre, mentor, mentorat, commanditaire, superviseur, supervision, formation et technologie.

2. Relations avec les clients

Contexte

- 2.1 Lors de l'exercice d'activités professionnelles avec des clients, à quelque titre que ce soit, les membres adoptent une conduite conforme au présent code et s'engagent à fournir la qualité de service qui peut raisonnablement être attendue d'un membre actif.

Contractualisation

- 2.2 Avant le début de la relation de travail, les membres doivent mettre le code à disposition de leurs clients et expliciter clairement leur engagement à le respecter. Les membres présentent également à leurs clients et commanditaires les procédures de recours de leurs organisations respectives.
- 2.3 Avant le début de la relation de travail, les membres doivent expliquer précisément et vérifier la bonne compréhension par le client et le commanditaire de la nature et des termes du contrat de coaching, de mentorat ou de supervision, y compris des dispositions financières, logistiques et de confidentialité qu'il contient.
- 2.4 Les membres se fondent sur leurs connaissances et leur expérience professionnelles pour comprendre les attentes de leurs clients et commanditaires, afin de définir avec eux un programme de travail permettant d'y répondre. Les membres doivent également s'attacher à tenir compte des attentes et besoins d'autres interlocuteurs concernés.
- 2.5 Les membres doivent présenter ouvertement et en toute transparence les méthodes qu'ils emploient et fournir aux clients et commanditaires toutes les informations complémentaires utiles sur les processus et les standards appliqués.
- 2.6 Les membres s'assurent que la durée du contrat permet d'atteindre les objectifs du client et du commanditaire, et ils veillent en permanence à favoriser l'indépendance et l'autonomie du client.
- 2.7 Les membres s'assurent que les locaux où se déroulent les activités de coaching, mentorat, supervision ou formation offrent des conditions optimales pour l'apprentissage et la réflexion, conditions qui favorisent l'atteinte des objectifs fixés par contrat.
- 2.8 Les membres veillent à préserver les intérêts de leurs clients, tout en les sensibilisant et en les responsabilisant de manière à ce que lesdits intérêts ne nuisent pas à ceux des commanditaires, des parties prenantes, de la société au sens large ou de l'environnement.

Intégrité

- 2.9 Les membres possèdent les qualifications appropriées pour travailler avec leur clientèle. Ils communiquent à tout client, commanditaire, partie prenante et pair des informations véridiques sur leur expérience, leurs qualifications professionnelles, leurs affiliations, leurs certifications et accréditations.
- 2.10 Lors d'échanges avec des tiers, les membres doivent exposer précisément la valeur ajoutée de leur travail de coach, mentor ou superviseur.
- 2.11 Les membres s'assurent qu'aucun document, support promotionnel ou autre ne contient ou ne suggère des indications erronées ou trompeuses sur leurs compétences, qualifications ou accréditations professionnelles. Les membres précisent qui sont les personnes à l'origine des activités, idées et outils qu'ils utilisent et n'en revendiquent en aucun cas la paternité.
- 2.12 Les membres s'engagent à déclarer tout possible conflit d'intérêts, à respecter les lois applicables et à ne jamais encourager, faciliter ou cautionner de quelconques activités malhonnêtes, illégales, non professionnelles, inéquitables ou discriminatoires.

Confidentialité

- 2.13 Pendant la relation de travail, les membres garantissent le plus strict degré de confidentialité avec tous les clients et commanditaires, sauf si la loi les oblige à divulguer certaines informations.
- 2.14 Les membres définissent clairement avec leurs clients et commanditaires les conditions dans lesquelles la confidentialité pourra être levée (activités illicites ou danger pour eux-mêmes ou des tiers par exemple) et recherchent activement un accord sur ces limites de confidentialité, sauf si la loi les oblige à divulguer certaines informations.
- 2.15 Les membres sauvegardent, conservent et détruisent toutes les données et tous les dossiers relatifs à leurs clients, notamment les messages et fichiers numériques, de façon à garantir la confidentialité, la sûreté et le respect de la vie privée, conformément aux lois et autres dispositions applicables dans le pays de leurs clients en matière de protection des données et de confidentialité.

- 2.16 Les membres doivent expliquer à leur client qu'ils travaillent avec un superviseur et s'assurer que le client est d'accord pour que son cas soit évoqué anonymement à l'occasion de cette supervision. Ils doivent par ailleurs préciser au client que la relation de supervision est elle-même soumise à des règles strictes de confidentialité.
- 2.17 Si le client est un enfant ou un adulte vulnérable, les membres prennent les dispositions utiles avec le commanditaire ou le tuteur pour assurer un degré de confidentialité approprié et conforme à l'intérêt du client, tout en respectant les dispositions légales et les mesures de protection en vigueur.

Interactions inappropriées

- 2.18 Il est de la responsabilité des membres de définir et de maintenir des limites claires, appropriées et culturellement admissibles en ce qui concerne toute forme d'interactions physiques ou virtuelles avec les clients ou commanditaires.
- 2.19 Les membres s'interdisent strictement d'engager ou d'entretenir toute relation sentimentale ou sexuelle avec leurs clients ou commanditaires.

Conflit d'intérêts

- 2.20 Les membres s'interdisent d'exploiter leurs clients et de tirer de quelconques avantages financiers ou autres de leurs relations, ou d'utiliser les données personnelles, professionnelles ou autres concernant un client sans son autorisation.
- 2.21 Pour éviter tout conflit d'intérêts, les membres établissent une distinction claire entre leurs relations professionnelles et toute autre forme de relations.
- 2.22 Les membres sont conscients du risque de conflit d'intérêts de nature commerciale ou affective pouvant découler de la relation de travail et s'engagent à régler ces situations de façon rapide et efficace afin qu'elles ne portent aucun préjudice au client ou au commanditaire.
- 2.23 Les membres doivent évaluer l'impact d'une relation de travail donnée sur leurs relations avec d'autres clients et évoquer le risque de conflit d'intérêts avec les personnes concernées.

- 2.24 Les membres discutent franchement de tout conflit d'intérêts avec leur client et, s'il n'est pas possible de le régler efficacement, s'attachent à trouver un accord pour mettre fin à la relation.

Fin de la relation professionnelle et responsabilités ultérieures

- 2.25 Les membres respectent le droit d'un client de mettre fin à une relation à tout moment du processus, dans les conditions prévues au contrat de coaching, de mentorat ou de supervision.
- 2.26 Les membres doivent inciter le client ou le commanditaire à mettre fin à la relation de coaching, mentorat ou supervision s'ils estiment que le client tirerait un meilleur parti d'un autre type d'aide professionnelle.
- 2.27 Les membres veillent à anticiper la fin de la relation, notamment en établissant un plan de continuité dans le cas où eux-mêmes seraient inopinément dans l'incapacité de poursuivre le travail engagé.
- 2.28 Les membres sont tenus de prendre des dispositions pour transférer leurs clients actuels et leurs dossiers en cas de cessation d'activité.
- 2.29 Les membres sont conscients que leurs responsabilités perdurent au-delà de la fin de la relation professionnelle. Ceci implique :
- d'assurer la confidentialité de toutes les informations relatives aux clients et commanditaires, en veillant à gérer soigneusement et dans le respect de la déontologie leurs données personnelles, professionnelles et d'autre nature ;
 - de s'interdire toute exploitation d'anciennes relations, ce qui pourrait porter préjudice au professionnalisme ou à l'intégrité du membre ou de la communauté professionnelle ;
 - de mener à bien toute évaluation ou action de suivi qui aurait été convenue.

3. Conduite professionnelle

Préservation de la réputation de la profession

- 3.1 Les membres doivent adopter un comportement reflétant positivement et renforçant la réputation d'une prestation de service professionnelle, en veillant au respect des standards de la profession relatifs à l'usage de la technologie.
- 3.2 Les membres font preuve de respect vis-à-vis des différents types de pratiques des professionnels et d'autres personnes en exercice, ainsi que vis-à-vis de toutes les diverses approches du coaching, du mentorat et de la supervision conformes à la déontologie, y compris l'usage de la technologie des données et de l'IA.

Comportement responsable

- 3.3 Les membres s'engagent à respecter les politiques et directives de leurs organisations respectives en matière d'inclusion, de diversité, de responsabilité sociale et de lutte contre le changement climatique.
- 3.4 Les membres s'interdisent toute forme de discrimination, pour quelque motif que ce soit, et s'attachent à renforcer leur propre sensibilité face à de potentiels motifs de discrimination et de partialité, notamment en ce qui concerne l'usage de la technologie ou l'exploitation de données inexactes ou mensongères.
- 3.5 Les membres sont conscients de la possible existence d'involontaires préjugés et arbitraires systémiques, et veillent à adopter une approche respectueuse et inclusive qui reconnaît et tient compte des spécificités de chacun.
- 3.6 Les membres doivent remettre en question, dans un esprit constructif et d'assistance, tout collègue, collaborateur, fournisseur de services et client dont les comportements sont perçus comme discriminatoires ou qui sont réticents à assumer la responsabilité de leur attitude et de leurs actions.
- 3.7 Les membres sont attentifs à leur communication orale, écrite ou non verbale pour éviter tout parti-pris ou discrimination involontaire.

- 3.8 Les membres prennent part à des activités de développement professionnel qui participent du renforcement de leur propre sensibilisation à l'inclusion, la diversité, l'usage de la technologie et aux plus récentes évolutions des attentes sociales et environnementales.

Infractions au code de déontologie

- 3.9 Les membres sont conscients que toute infraction au code donnant lieu à une procédure disciplinaire peut entraîner une sanction, voire la résiliation de leur accréditation et/ou la radiation de leur organisation.
- 3.10 Un membre doit s'opposer à un pair s'il a une bonne raison de penser que cette personne agit de façon contraire à la déontologie de la profession. Si la discussion ne permet pas d'aboutir à une solution, il doit en référer à son organisation.

Obligations légales et réglementaires

- 3.11 Il appartient aux membres de se tenir à jour des évolutions et de se conformer :
- à l'ensemble des obligations réglementaires en vigueur dans les pays où ils exercent ;
 - aux dispositions de protection applicables au travail avec des enfants ou des adultes vulnérables ;
 - aux politiques et procédures définies par les organisations et portant sur le contexte professionnel.
- 3.12 Les membres doivent souscrire une assurance responsabilité civile professionnelle couvrant leurs activités de coaching, mentorat et supervision dans les différents pays où ils exercent, quand une telle assurance est disponible.

4. Excellence de la pratique

Capacités professionnelles

- 4.1 Les membres exercent leurs activités dans la limite de leurs compétences professionnelles. Le cas échéant, ils doivent orienter leur client vers un membre actif plus expérimenté ou aux qualifications mieux adaptées.
- 4.2 L'état de santé des membres doit leur permettre d'exercer leurs activités dans de bonnes conditions. À défaut, ou s'ils doutent de leur capacité à exercer en raison de problèmes de santé, ils doivent demander conseil ou assistance auprès d'autres professionnels.

Supervision permanente

- 4.3 Les membres établissent une relation avec un superviseur qualifié/expérimenté et un groupe de pairs, à une fréquence adaptée à leur pratique du coaching, du mentorat ou de la supervision, et conformément aux exigences de leur organisation professionnelle et de leur niveau d'accréditation. Ils doivent être en mesure de démontrer qu'ils sont engagés dans un processus de réflexion sur leur pratique.
- 4.4 Les membres doivent s'assurer que toute éventuelle relation existante hors du cadre de la supervision, qu'elle soit professionnelle ou personnelle, n'interfère pas avec la qualité de la relation de supervision.
- 4.5 Les membres doivent discuter de tout problème éthique réel ou potentiel ainsi que de toute infraction au présent code – y compris celles découlant de l'usage de l'IA et de la technologie en général – avec leur superviseur ou groupe de pairs pour obtenir conseils et assistance.

Développement professionnel continu

- 4.6 Les membres élargissent leurs compétences de coach et/ou mentor et leurs capacités de supervision en suivant des formations et des actions de développement professionnel continu (DPC) adaptées et tournées vers l'avenir.

- 4.7 Il est attendu des membres qu'ils apportent une contribution à la communauté professionnelle, en fonction de leur degré d'expertise. Cette contribution peut prendre diverses formes, par exemple une assistance informelle à d'autres membres actifs, la promotion de la profession, la réalisation d'études, de publications, etc.
- 4.8 Les membres analysent et évaluent systématiquement la qualité et la pertinence de leur pratique et de leur attitude dans le but de s'améliorer, au travers du feedback des clients, commanditaires et parties prenantes, et grâce aux activités de DPC.

5. Signataires du code de déontologie global des coachs, mentors et superviseurs

Le présent code de déontologie global est un cadre général pour les signataires. Il n'entend pas couvrir les procédures de traitement des litiges ni toutes les potentielles questions relevant de la déontologie.

Au contraire, il délègue la responsabilité de la gouvernance globale à chaque signataire, à qui il appartient de définir et d'appliquer des politiques et procédures spécifiques reflétant l'éventail des nuances éthiques liées à la diversité des pratiques et à des contextes locaux ou particuliers.

De tels compléments ne contredisent en rien l'esprit du code, et leur adoption par les autres signataires n'est en aucun cas obligatoire. Ils peuvent cependant être présentés aux cosignataires dans le cadre des échanges continus et de la collaboration entre les organisations professionnelles.

Les signataires du code de déontologie global ne donnent aucune suite à des réclamations visant une autre organisation signataire. Toute éventuelle réclamation doit être adressée directement à l'organisation en cause.

Pour en savoir plus sur chaque organisation signataire du code, notamment les procédures d'adhésion, d'accréditation, de réclamation ainsi que les standards et la gouvernance, merci de consulter les sites Internet correspondants.

La liste actualisée des signataires est disponible sur :

<https://www.globalcodeofethics.org/signatories/>

Pour savoir comment devenir signataire du code de déontologie global, adresser un courriel à : administrator@emccglobal.org.