



Code de déontologie global





*European Mentoring &
Coaching Council*



EMCC France
21 Rue Lamartine
75009 Paris

 +33 (0)1 56 62 24 24
infos@emccfrance.org



www.emccfrance.org





Chers dirigeants, DRH, managers, collaborateurs et particuliers, professionnels de l'accompagnement,



L'EMCC France et de l'EMCC International sont heureuses de vous communiquer les fruits d'un travail collectif qui a prévalu sur les cinq continents, entre cinq grandes organisations internationales (*l'EMCC France, l'EMCC International, l'APECS, l'Association for Coaching, l'UNM et l'AICP*) pour proposer à nos clients, à nos coachs, mentors, superviseurs ce Code de Déontologie International, très accessible, structurant et central dans la pratique de nos métiers de l'accompagnement professionnel et de la relation d'aide.

Le Code de Déontologie (« *Code of Ethic* » en anglais) formalise les us, coutumes et règles qui prévalent à un moment donné pour faire que les accompagnements que nos adhérents vous proposent soient fiables, professionnels et vraiment au service de vos résolutions de problèmes et/ou atteintes d'objectifs. Il est actualisé tous les deux ans pour épouser les évolutions de nos métiers ainsi que les besoins et attentes de nos clients, en constante évolution.



Le métier de coach professionnel s'est beaucoup développé en France et dans le monde. L'EMCC a accompagné cette montée en puissance dans les entreprises, les administrations d'Etat, les collectivités locales (*Départements, régions, communes...*) et les associations en proposant toujours plus de services à ses adhérents, de parcours de professionnalisation complémentaires à leur formation initiale et de garanties dans la bonne exécution des missions auprès des clients tout en valorisant la diversité des pratiques et des métiers.

En faisant appel à un coach adhérent à l'EMCC France, vous avez la garantie juridique :

- Qu'il s'engage à respecter notre code de déontologie
- Qu'il accepte de rendre compte de sa pratique et du respect du code si nécessaire
- Qu'il bénéficie, comme vous, d'une instance neutre, tiers de confiance et régulatrice entre lui et son client si cela s'avérait nécessaire
- Qu'il est informé des évolutions de nos métiers et qu'il s'engage dans une démarche ouverte, respectueuse, professionnelle.

L'EMCC France est devenue le partenaire privilégié des coachs professionnels, superviseurs, entreprises et organisations publiques ou privées de petite et grande taille avec 1 059 adhérents sur le territoire français (*métropole et DOM-TOM*) au 31 décembre 2017. Elle regroupe 28 écoles de coaching et de supervision qui ont en commun de former à un métier complexe de haut niveau capable de répondre aux enjeux majeurs des organisations.

Vous souhaitez vous assurer que le professionnel que vous consultez est adhérent à notre Code de Déontologie, il suffit de vérifier qu'il soit présent dans notre annuaire à l'adresse suivante :

<https://www.emccfrance.org/annuaire-coachs-france/> 

Votre accompagnant professionnel, coach, ingénieur en mentorat ou superviseur, et nous-même restons à votre disposition,

Pour l'EMCC France

Gabriel Hannes, Président 

Introduction & Objet

Toutes les organisations (« *les organisations* ») signataires 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 du coaching et du mentorat**, mais aussi de la supervision, un domaine dont la professionnalisation va croissant.

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 et/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 est avant tout 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 clients ;
- 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 ou mentor professionnel, mais qui mettent toutefois en œuvre des compétences relevant du coaching ou du mentorat 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.

 Chaque signataire du code est en droit de décider que son organisation a besoin d'autres principes déontologiques et/ou d'un code de bonnes pratiques pour compléter le présent code, en raison de spécificités de contexte, d'activités, de critères d'adhésion, de structure de l'organisation, etc. Dans ce cas, l'organisation signataire définit un cadre de déontologie particulier

applicable à ses seuls membres.

De tels compléments ne doivent pas aller à l'encontre des principes fondamentaux du code, ni imposer aux cosignataires d'y adhérer. Ces compléments peuvent être communiqués aux cosignataires à l'occasion des échanges réguliers entre organisations professionnelles.

Le code de déontologie

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

- Terminologie
- Relations avec les clients
- Conduite professionnelle
- Excellence de la pratique
- Organisations 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 ;
- « activité professionnelle » désigne les activités de coaching, mentorat et supervision ;
- « profession » désigne le coaching, le mentorat et la supervision.

B Les signataires du 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 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 ou non membres 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 la bonne compréhension de ce code de déontologie et de la signification des termes clés qui y figurent**, par exemple coach, coaching, client, membre, mentor, mentorat, commanditaire, superviseur, supervision et formation.

Le code de déontologie

2. Relations avec le client

✓ 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.organisations respectives.





2.4 Les membres se fondent sur leurs connaissances et leurs expériences 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 expliquer ouvertement les méthodes qu'ils emploient et, si le client et le commanditaire le demandent, fournir des informations complémentaires sur les processus en cause.

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 faire passer les intérêts de leur client en priorité, en s'assurant toutefois que lesdits intérêts ne vont pas à l'encontre de ceux du commanditaire.

✓ Intégrité :

2.9 Les membres communiquent à tout client, commanditaire et collègue **des informations précises et véridiques** sur leurs qualifications professionnelles, l'association professionnelle à laquelle ils appartiennent, leur expérience, leur formation, leurs certifications et accréditations.

2.10 Lors d'échanges avec des tiers, les membres **doivent exposer précisément et honnêtement la valeur ajoutée de leur travail de coach, mentor ou superviseur.**

2.11 Les membres s'assurent qu'aucune publication, 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 respecter les lois applicables** et à ne jamais encourager, faciliter ou cautionner de quelconques activités malhonnêtes, illégales, non professionnelles 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, etc.) 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 tous les documents utiles relatifs à leur travail avec leurs clients, notamment les fichiers et messages électroniques, de façon à garantir la confidentialité, la sûreté et le respect de la vie privée, **conformément aux lois et autres dispositions applicables dans leur pays 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 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 évitent toute relation sentimentale ou sexuelle avec leurs clients ou commanditaires pendant le déroulement d'un contrat. En outre, les membres doivent être attentifs à la possibilité d'une quelconque intimité sexuelle avec les parties susvisées et prendre les mesures appropriées pour mettre fin à une telle situation ou pour résilier le contrat afin de garantir une relation saine.

✓ Conflits d'intérêts :

2.20 Les membres s'interdisent d'exploiter leurs clients et de tirer de quelconques avantages financiers ou autres de leurs relations.

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'intérêt 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 d'une 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 du travail avec un autre membre actif ou avec un professionnel d'une autre spécialité.

2.27 Les membres sont conscients que leurs responsabilités perdurent au-delà de la fin de la relation professionnelle. Ceci implique :

- ◆ d'assurer la confidentialité convenue de toutes les informations relatives aux clients et commanditaires ;
- ◆ de veiller à la conservation en lieu sûr de l'ensemble des dossiers et données correspondantes, conformément aux lois et dispositions applicables dans leur pays en matière de protection des données et de confidentialité ;
- ◆ de s'interdire toute exploitation d'anciennes relations, ce qui pourrait remettre en question le professionnalisme ou l'intégrité du membre ou de la communauté professionnelle ;
- ◆ de fournir tout élément de suivi qui a été prévu par accord entre les parties.

2.28 Les membres doivent prendre les dispositions utiles pour que les clients et leurs dossiers puissent être transférés, au cas où ils se trouveraient dans l'incapacité d'exercer leur activité ou s'ils décidaient d'y mettre fin.

Le code de déontologie

3. Conduite professionnelle

✓ Préservation de la réputation de la profession :

3.1 Les membres doivent adopter un comportement **réflétant positivement et renforçant** la réputation d'une prestation de service de plus en plus professionnalisée.

3.2 Les membres font preuve de respect vis-à-vis des différents membres actifs, ainsi que vis-à-vis des différentes approches du coaching, du mentorat et de la supervision.

✓ Égalité et diversité :

3.3 Les membres s'engagent à respecter les politiques et directives de leurs organisations respectives en matière de diversité.

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.

3.5 Les membres sont conscients de la possible existence de **biais inconscients** 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, les comportements perçus comme discriminatoires de tout collègue, collaborateur, fournisseur de services, client ou participant.e leurs organisations respectives en matière de diversité.

3.7 Les membres sont attentifs à leur communication orale, écrite ou non-verbale pour éviter toute forme de discrimination involontaire.

3.8 Les membres participent à des activités de développement destinées à renforcer leur propre sensibilité aux questions d'égalité et de diversité.

✓ Infraction 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. Les organisations échangent des informations sur le type d'infraction en cause afin de préserver les intérêts des clients, de maintenir des standards de qualité élevés, ainsi que la réputation de la profession.

3.10 Un membre doit s'opposer à un confrère s'il a une bonne raison de penser que ce dernier 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 Les membres sont tenus de se conformer aux obligations réglementaires en vigueur dans les pays où ils exercent, ainsi qu'aux politiques et procédures définies par les organisations et applicables à leurs activités.

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.



Le code de déontologie

4. Excellence de la pratique

✓ Capacités professionnelles :

4.1 Les membres possèdent les qualifications, compétences et expérience nécessaires pour répondre aux besoins des clients et s'engagent à ne pas excéder les limites de leur compétences. 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**. Si nécessaire ou préférable, le membre actif doit suggérer au client de mettre fin à la relation de travail et l'orienter vers un autre membre actif.

✓ Supervision permanente :

4.3 Les membres établissent une relation avec un superviseur qualifié ou un groupe de pairs, à une fréquence adaptée à leur pratique du coaching, du mentorat ou de la supervision, et conforme aux exigences de leur organisation professionnelle et à leur niveau d'accréditation. À défaut, ils doivent démontrer qu'ils sont engagés dans un processus de réflexion sur la pratique, de préférence avec des pairs et/ou des collègues plus expérimentés.

4.4 Les membres veillent à ce qu'aucun autre type de relation avec leur superviseur ne risque de nuire à 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 avec leur superviseur ou groupe de pairs pour obtenir soutien et conseils.



✓ Développement professionnel continu :

4.6 Les membres élargissent leurs compétences de coach et/ou mentor **en suivant des formations et/ou actions de développement professionnel continu (DPC)** adaptées à leur situation.

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, une contribution au développement de la profession, la réalisation d'études, des publications, etc.

4.8 Les membres **évaluent systématiquement la qualité de leur pratique**, par exemple au travers du feedback de leurs clients, de leur superviseur et d'autres interlocuteurs pertinents.



Le code de déontologie

5. Signataires du code de déontologie global

LOGO	PREMIÈRE SIGNATURE	PREMIÈRE VERSION SIGNÉE	NOM ET SITE INTERNET
	5 février 2016	1.0	Association for coaching (« AC ») www.asssociationforcoaching.com
	5 février 2016	1.0	European Mentoring and Coaching Council (« EMCC ») www.emccouncil.org
	1er mai 2018	2.0	Association for Professional Executive Coaching & Supervision www.apecs.org
	1er mai 2018	2.0	Associazione Italiana Coach Professionisti www.associazionecoach.com
	1er mai 2018	2.0	Mentoring Institute, University of New Mexico https://mentor.unm.edu/