

CHARTRE DES COACHS PROFESSIONNELS AFFILIES A LA FEDERATION FRANCOPHONE DE COACHING (FFC)

1. vision de l'être humain

Un coach croit en la dignité et l'intégrité de chaque être humain et s'engage à promouvoir les capacités et les ressources propres à chaque personne. Il respecte ses clients, leurs besoins, leurs demandes et leur apporte un soutien constructif inconditionnel. Il les aide à se fixer des objectifs motivants et épanouissants et à donner le meilleur d'eux-mêmes. Il les accompagne dans la mise en œuvre des moyens les plus rapides et les plus efficaces qui leur permettront d'atteindre leurs objectifs.

2. position à l'égard de la profession

Dans ses propos et ses actes, il se tient à un devoir de réserve lorsqu'il s'agit de la profession et de ses différents courants. Il fait preuve d'ouverture d'esprit et de respect à l'égard de la diversité des conceptions existant dans le domaine du coaching et accepte que nulle personne ou groupe ne puisse se prévaloir de détenir la vérité en la matière.

3. compétence

Il a effectué une formation professionnelle complète, spécialisée dans le domaine du coaching et a été validé dans sa compétence à exercer professionnellement par l'organisme ou le formateur ayant dispensé la formation. A la demande de ses clients il est en mesure de fournir une information claire sur la nature de sa formation ainsi que sur la ou les qualifications qu'il a obtenues au terme de celle-ci.

4. expérience personnelle du coaching

Les membres de la FFC considèrent que l'expérience personnelle du coaching est l'une des composantes nécessaires à la compétence et à la crédibilité d'un coach, qui se doit d'avoir vécu un parcours personnel dans ce domaine. Un coach membre de la FFC a lui-même été coaché et continue à faire appel aux services de confrères quand il en perçoit l'intérêt dans sa vie. De façon plus générale, il est engagé dans un cheminement d'évolution personnelle.

5. contrat

Dès le début d'une relation de coaching, les coachs de la FFC conviennent, par écrit, d'un contrat clair avec leurs clients. Les conditions de cet accord incluent la compétence du coach, la nature du service proposé ainsi que les éventuels services supplémentaires, les limites et les responsabilités de chacun. Il précise aussi la fréquence et la durée des entretiens, la façon dont ils se dérouleront (de vive voix, par téléphone, Internet etc....) ainsi que le montant des honoraires perçus par le coach.

6. protection des clients

Un coach membre de la FFC s'assure que son intervention sert les meilleurs intérêts de son client et veille à agir avec un haut niveau d'intégrité et de fiabilité pendant toute la durée de la relation de coaching. Il vérifie qu'il a compétence à intervenir dans les domaines pour lesquels on le consulte, ou sinon il propose d'autres orientations qui lui semblent plus adaptées. Il garantit le respect des engagements pris contractuellement et se tient à la règle de confidentialité, dans la limite que lui impose la loi de son pays. Il s'assure que les informations échangées le sont au bénéfice de son client et non de sa promotion personnelle ou professionnelle. En aucune circonstance il ne met à profit la situation de coaching pour en tirer des avantages non contractuels, que ceux-ci soient d'ordre financier, social ou sexuel. Si, au cours de la relation de coaching, il constate que d'importantes divergences ne lui permettent plus de fonctionner selon les termes du contrat, il est dans l'obligation éthique d'y mettre fin en expliquant clairement les raisons de sa décision. Dans la mesure du possible, il veillera à proposer d'autres options à son client.

7. supervision régulière

Un coach membre de la FFC possède un lieu de supervision régulier où il peut faire le point sur sa pratique et continuer à progresser dans celle-ci en vue de fournir les services de la meilleure qualité possible à ses clients.

8. mise à jour de ses connaissances

Le coaching n'est pas une profession aux connaissances figées et les coachs de la FFC consacrent régulièrement une quote-part de leur temps à l'actualisation de celles-ci. Il se tiennent au courant des développements réguliers propres à leur profession et s'inscrivent dans une dynamique continue d'évolution professionnelle.

9. pratique du Télé-coaching et utilisation d'Internet

Les coachs de la FFC considèrent le téléphone, Internet et toute autre technologie de communication à venir comme des outils professionnels à part entière, utilisables dans la pratique de leur activité.

10. respect de la vocation non lucrative de la FFC et contribution à l'image positive de celle-ci

Un membre de la FFC peut se prévaloir de son appartenance à la FFC dans l'ensemble de sa communication professionnelle. Il est cependant clair sur le fait que c'est bien en son nom propre qu'il agit lorsqu'il promeut ses activités et non pas en tant que représentant de la FFC. Il a également à cœur d'en donner une image positive par son comportement, sa compétence et la vision du monde positive dont il est porteur.
