



**Yves Gros-Louis, psychologue**

Centre Psycho-Solutions,  
[centre@psycho-solutions.qc.ca](mailto:centre@psycho-solutions.qc.ca)  
<http://www.psycho-solutions.qc.ca>

Titre de la formation :

## **Approche fondée sur les données probantes / facteurs clé du succès de l'intervention**

**Problématique :** Qu'ils soient issus d'organismes publics, privés ou communautaires, les psychothérapeutes sont à la recherche de modalités d'intervention efficaces et validées scientifiquement. Malheureusement, ils n'ont souvent pas le temps ou l'énergie nécessaires de se mettre à jour sur les données probantes dans le domaine de la psychothérapie. Par ailleurs, les abandons thérapeutiques représentent près de la moitié de la clientèle et l'efficacité varie de façon majeure d'un psychothérapeute à l'autre. La recherche a apporté beaucoup de réponses aux besoins des intervenants et des outils de mesure simples et réalistes pour les cliniciens afin de prévenir les abandons et d'augmenter son efficacité.

**Besoins :** Le psychothérapeute a besoin de voir clair dans l'ensemble des données de 60 ans de recherche en psychothérapie de façon à pouvoir situer son approche face aux données probantes. Il pourra acquérir des outils simples de rétroaction pour l'avertir du danger d'abandon et accroître son efficacité. Cette formation lui permettra de connaître les facteurs communs du changement en psychothérapie plus déterminants au succès de l'intervention que l'approche. En outre, le psychothérapeute pourra augmenter son efficacité en ajoutant à son approche habituelle des stratégies qui maximisent les facteurs les plus importants du succès de l'intervention (le client, l'alliance, l'effet placebo).

**Formateur :** Le formateur est psychologue et il agit comme psychothérapeute depuis 1980 auprès d'une clientèle adolescente, adulte, conjugale et familiale. Une forte partie de sa clientèle comprend des problèmes de dépendance ainsi que des personnes des Premières Nations. De plus, il pratique l'approche brève orientée vers les solutions depuis 1994 et il lui a ajouté l'approche narrative en 1996. Il agit comme superviseur, formateur et conférencier sur cette approche et d'autres approches collaboratrices depuis 1996. Actuellement, il consacre environ 80 jours par an à donner de la formation à travers le Canada francophone.

**Clientèle :** Psychothérapeutes intéressés aux données probantes et à ajouter des outils associés au succès de l'intervention. Les participants seront témoins d'une démonstration du formateur et auront deux occasions de pratiquer divers outils présentés au cours de cette journée à partir de leurs situations cliniques. Groupe limité à 18 personnes.

**Durée de la formation :** Un (1) jour pour un total de 6 heures.

Cette formation comporte des exposés théoriques agrémentés de questions des participants, d'une démonstration et de pratiques en sous-groupes de 3 participants. Cette activité sera reconnue pour une durée de 6 heures aux fins de la formation continue en psychothérapie. Une attestation de participation sera remise à chaque participant à la fin de la formation.

## **Objectifs :**

1. Identifier les principaux éléments de la synthèse des résultats de 60 ans de recherche en psychothérapie ;
2. Situer des attitudes et utiliser des instruments de mesure afin de réduire les risques d'abandons et accroître son efficacité comme psychothérapeute ;
3. Identifier des stratégies simples et efficaces afin de maximiser les principaux facteurs associés au succès d'une psychothérapie : le client, l'alliance et l'espoir ;
4. Utiliser les outils de l'approche.

Préalables : Avoir une charge de clients en psychothérapie. Accepter de faire des pratiques en sous-groupes.

## **Contenu :**

1. Résultats de 60 ans de recherche en psychothérapie
  - 1.1 Efficacité de la psychothérapie
  - 1.2 Y-a-t il des approches supérieures aux autres ?
  - 1.3 Ce qui expliquent ces résultats ?
  - 1.4 Les facteurs communs
2. Facteur : Alliance thérapeutique
  - 2.1 Données de recherche sur l'alliance
  - 2.2 Outils simples de mesure de l'alliance et du progrès du client
    - 2.2.1 Données de recherche
    - 2.2.2 Attitudes et utilisation de ces outils de mesure
  - 2.3 Stratégies pour créer une forte alliance
    - 2.3.1 Installer un climat motivationnel optimal
      - 2.3.1.1 Avec un visiteur
      - 2.3.1.2 Avec un demandeur désespéré
      - 2.3.1.3 Avec un demandeur plaignant
    - 2.3.2 Se coller aux buts du client
      - 2.3.2.1 Données de recherche sur la qualité des buts
      - 2.3.2.2 Attitudes et stratégies pour des buts de qualité
    - 2.3.3 Se conformer à la perception du client de l'alliance thérapeutique
      - 2.3.3.1 Données de recherche sur la perception de l'alliance
      - 2.3.3.2 Attitudes et outils pour que le client perçoive de l'empathie
      - 2.3.3.3 Attitudes et outils pour que le client perçoive du respect
      - 2.3.3.4 Attitudes et outils pour que le client perçoive de l'authenticité
      - 2.3.3.5 Attitudes et outils pour que le client perçoive de la validation
    - 2.3.4 Se coller à la théorie du changement du client
      - 2.3.4.1 Données de recherche sur la théorie du changement du client
      - 2.3.4.2 Attitudes et stratégies pour rejoindre la théorie du client
    - 2.3.5 Adopter le langage du client
      - 2.3.5.1 Données de recherche sur le langage du client
      - 2.3.5.2 Attitudes et outils pour employer le langage du client
3. Facteur : Espoir (ou effet placebo)

- 3.1 Données de recherche sur l'espoir
- 3.2 Stratégies et attitudes pour susciter l'espoir et les attentes positives
  - 3.2.1 Croire dans son approche
  - 3.2.2 Utiliser des techniques suscitant l'espoir
  - 3.2.3 Employer des techniques crédibles et attrayantes pour le client
  - 3.2.4 Choisir des techniques inspirées d'un succès passé par le client
  - 3.2.5 Entretenir les illusions positives
  - 3.2.6 Orienter le traitement vers le futur
  - 3.2.7 Augmenter le sentiment de contrôle personnel du client
  - 3.2.8 Séparer les problèmes de l'identité du client
- 4. Facteur: Client
  - 4.1 Données de recherche sur la contribution majeure du client
  - 4.2 Stratégies et attitudes pour maximiser la contribution du client
    - 4.2.1 Être conscient de ses attitudes thérapeutiques
    - 4.2.2 S'intéresser aux changements pré traitement
    - 4.2.3 Questionner les changements inter sessions
    - 4.2.4 Donner le crédit du succès au client
    - 4.2.5 Avoir foi dans le client
    - 4.2.6 S'intéresser aux ressources utilisées par le client en dehors de la thérapie
- 5. Facteur : Approches de traitement
  - 5.1 Données de recherche sur les approches de traitement
  - 5.2 Stratégies pour que les approches maximisent les facteurs communs
    - 5.2.1 Être prudent avec certaines techniques
    - 5.2.2 Être souple dans l'emploi de techniques et approches
- 6. Conclusion et bibliographie

**Méthode et stratégie pédagogique :** L'exposé théorique est accompagné d'un cahier exhaustif d'une vingtaine de pages remis à chaque participant ; beaucoup de place est laissé aux questions des participants. L'activité est ponctuée d'une démonstration par le formateur avec un participant volontaire et de deux exercices en sous groupes de trois personnes pour pratiquer divers outils proposés. Ces exercices pratiques durent entre 20 et 30 minutes ; le formateur supervise les pratiques et revient en grand groupe sur chaque exercice.

Attestation : Une attestation accréditée de participation est remise à chaque participant en mentionnant son nombre d'heures de participation réelle.

#### **Bibliographie sommaire :**

1. **Miller, S. D., Duncan, B. L., & Hubble, M. A.** (1997) *Escape from Babel*. New-York : Norton.
2. **Asay, T.P. & Lambert, M.J.** (1999) The empirical case for the common factors in therapy. Dans M. A. Hubble, B. L. Duncan, & S. D. Miller, (Eds.), *The Heart & Soul of Change. What Works in Therapy?* Washington : American Psychological Association.
3. **Duncan, B. L. & Miller, S. D.** (2000) *The Heroic Client : Doing Client-Directed, Outcome-Informed Therapy*. San-Francisco : Jossey-Bass.

4. **Lambert, M. J., & Bergin, A. E.** (1994) The effectiveness of psychotherapy. Dans A. E. Bergin & S. L. Garfield (Eds.), *Handbook of Psychotherapy and Behavior Change (4 th ed.)*. New-York : Wiley.
5. **Ogles, B.M., Anderson, T. & Lunnan, K.M.** (1999) The contribution of models and techniques to therapeutic efficacy : Contradictions between professional trends and clinical research. Dans M. A. Hubble, B. L. Duncan, & S. D. Miller, (Eds.), *The Heart & Soul of Change. What Works in Therapy?* Washington : American Psychological Association.
6. **Orlinski, D. E., Grawe, K., & Parks, B. K.** (1994) Process and outcome in psychotherapy-noch einmal. Dans A. E. Bergin & S. L. Garfield (Eds.), *Handbook of Psychotherapy and Behavior Change (4 th ed.)*. New-York : Wiley.
7. **Tallman, K. & Bohart, A.C.** (1999) The client as a common factor : Client as self-healers. Dans M. A. Hubble, B. L. Duncan, & S. D. Miller, (Eds) *The Heart & Soul of Change. What Works in Therapy?* Washington : American Psychological Association.
8. **Wampold, B. E.** (2001) *The Great Psychotherapy Debate*. Mahwah : Lawrence Erlbaum Associates.
9. **Lambert, M.J.** (1992) Implications of outcome research for psychotherapy integration. Dans J.C. Norcross & M.R. Goldstein (Eds) *Handbook of psychotherapy integration*. New-York : Basic Books.
10. **Garfield, S.L.** (1994) Research on client variables in psychotherapy. Dans A. E. Bergin & S. L. Garfield (Eds.), *Handbook of Psychotherapy and Behavior Change (4 th ed.)*. New-York : Wiley.
11. **Duncan, B. L., Hubble, M. A., & Miller, S. D.** (1997) *Psychotherapy with « Impossible » Cases*. New-York : Norton.
12. **Bachelor, A. & Horvarth, A.** (1999) The therapeutic relationship. Dans M. A. Hubble, B. L. Duncan, & S. D. Miller, (Eds) *The Heart & Soul of Change. What Works in Therapy?* Washington : American Psychological Association.
13. **Gaston, L.** (1990) The concept of the alliance and its role in psychotherapy : Theoretical and empirical considerations. *Psychotherapy*, 27, 143-153.
14. **Snyder, C.R., Michael, S.T. & Cheavens, J.S.** (1999) Hope as a psychotherapeutic foundation of common factors, placebos, and expectancies. Dans M. A. Hubble, B. L. Duncan, & S. D. Miller, (Eds) *The Heart & Soul of Change. What Works in Therapy?* Washington : American Psychological Association.
15. **Frank, J. D.** (1973) *Persuasion and Healing : a Comparative Study of Psychotherapy*. Baltimore : Johns Hopkins University Press.
16. **Gros-Louis, Y.** (2000) *Les attitudes favorisant une thérapie brève et efficace*. Conférence donnée au congrès de l'Ordre des psychologues du Québec.
17. **Miller, S.D.** (2002) *De l'impossible au possible*. Documents de formation donnée à Montréal.
18. **Duncan, B. L.** (2010) *On Becoming a Better Therapist*. Washington : APA.
19. **Gros-Louis, Y.** *Sous le match nul entre les approches en psychothérapie : les facteurs communs*. Psychologie Québec, septembre, 2003.
20. **Gros-Louis, Y.** *Pour installer une forte alliance, rejoindre le monde du client*. Psychologie Québec, mars 2011.