

IL CODICE ETICO GLOBALE per Coaches, Mentors e Supervisors

Introduzione e scopo

Tutte le organizzazioni menzionate nella sez. 5 e firmatarie di questo Codice Etico (di qui in poi denominato come il "Codice") concordano sui seguenti punti:

Come Associazioni promotrici siamo impegnate a sostenere e promuovere la pratica eccellente nel coaching, mentoring e supervision, un campo quest'ultimo che sta diventando sempre più professionalizzato. Tutti i nostri associati, nei loro rispettivi ruoli di coaches, mentors e supervisors, formatori e/o studenti, sono d'accordo nell'aderire agli elementi ed ai principi di questo Codice Etico.

Questo Codice Etico è coerente con il contenuto e i requisiti stabiliti nel «Professional Charter for Coaching and Mentoring». Questo Charter, che fu steso in accordo con il sistema giuridico europeo, è registrato in un database specifico dell'Unione Europea, che elenca le iniziative di auto-regolamentazione in Europa.

Il Codice è un documento di linee guida piuttosto che un documento legale che in dettaglio stabilisce cosa un associato può o non può fare. Il Codice stabilisce le aspettative relative alla migliore pratica nel coaching, mentoring e supervision promuovendo lo sviluppo dell'eccellenza professionale. Il suo scopo è di:

- Fornire adeguate linee guida, responsabilità e standard di condotta applicabili per tutti i nostri associati.
- Definire come ci si aspetta che i nostri associati agiscano, si comportino e diano risultati quando lavorano con i clienti.
- Guidare lo sviluppo e la crescita dei nostri associati nella professione, in collegamento con le competenze professionali dei nostri rispettivi Enti.
- Servire da guida a quelle persone che non si identificano necessariamente come coach o mentor professionali, ma nondimeno usano le competenze di coaching o di mentoring nel loro lavoro.
- Essere usato come la base per ogni ricorso o udienza disciplinare e azione in accordo alle attuali rispettive procedure di ricorso delle nostre Associazioni.

Ogni Associazione firmataria può decidere che, allo scopo di creare una completa struttura di etica specifica per i suoi iscritti, possa aver bisogno di principi etici addizionali e/o di condotta (per riflettere contesti, attività, criteri associativi, ecc.) per integrare questo Codice.

Queste integrazioni non devono essere in contraddizione con l'essenza del Codice stesso e neppure essere un obbligo per essere adottati dagli altri co-firmatari del Codice. Queste integrazioni possono essere condivise con gli altri co-firmatari come parte del processo di continuo scambio collaborativo tra di loro.

Il Codice Etico

Il Codice Etico è organizzato in cinque sezioni e riguarda le aspettative generali delle Associazioni rispetto ad un comportamento e una condotta professionali:

1. Terminologia
2. Lavoro con i Clienti
3. Condotta Professionale
4. Pratica Eccellente
5. Firmatari del Codice Etico Globale

1. Terminologia

- a) Per ragioni di brevità questo Codice dove appropriato si riferisce a::
- Coachees, mentees, supervisees e studenti come “clienti”
 - Coaches, mentors, supervisors e formatori come “associati praticanti” o “associati”
 - Attività di coaching, mentoring e supervision come “lavoro professionale”
 - Coaching, mentoring e supervision come “professione”.
- b) I firmatari di questo Codice riconoscono che i termini «professione» o «professionale» sono usati per attività non ordinistiche ma che sono sempre di più professionalizzate e auto-regolate.
- c) I firmatari di questo Codice riconoscono che i titoli “coach”, “mentor” e “supervisor” non sono protetti e possono essere usati da chiunque, associato o non associato a nessuna organizzazione.
- d) Ogni Associazione firmataria definirà esattamente chi tra i propri associati e altri stakeholders sono tenuti al rispetto di questo Codice (persone che saranno collettivamente indicate come ‘associati’).
- e) Per un’adeguata comprensione di questo Codice Etico, gli associati devono essere consapevoli delle definizioni e della terminologia del rispettivo ente professionale in ordine ai precisi significati delle parole chiave usate in questo Codice come, ad esempio, *coach*, coaching, cliente, associato, *mentor*, mentoring, *sponsor*, *supervisor*, *supervision* e *formazione*.

2. Lavoro con i Clienti

Contesto

- 2.1 Gli associati si comporteranno in accordo con questo Codice quando lavoreranno professionalmente con i clienti e si impegneranno a fornire il livello di servizio che può essere ragionevolmente atteso da un associato praticante.

Contrattazione

- 2.2 Prima di iniziare a lavorare con un cliente, gli associati renderanno disponibile questo Codice ai loro clienti e spiegheranno e renderanno esplicito il loro impegno a osservare questo codice. Gli associati renderanno anche consapevoli i loro clienti e sponsor delle procedure di ricorso ai rispettivi Enti.
- 2.3 Prima di iniziare a lavorare con un cliente, gli associati spiegheranno e si impegneranno per assicurarsi che il cliente sappia, e comprenda pienamente, la natura, i termini e le condizioni di ogni contratto di coaching, mentoring o supervision, inclusi gli accordi finanziari, logistici e di confidenzialità.
- 2.4 Gli associati useranno la loro conoscenza professionale ed esperienza per comprendere le aspettative di clienti e sponsors e raggiungeranno un accordo su come pianificare per soddisfarle. Gli associati cercheranno anche di prendere in considerazione le aspettative di altre parti coinvolte.
- 2.5 Gli associati saranno aperti riguardo ai metodi che utilizzano e, su richiesta, saranno pronti a fornire al cliente ed allo sponsor informazioni sui processi adottati.
- 2.6 Gli associati assicureranno che la durata del contratto sia appropriata per raggiungere gli obiettivi del cliente e dello sponsor e lavoreranno attivamente per promuovere l’indipendenza e l’autonomia del cliente.
- 2.7 Gli associati garantiranno che il setting predisposto per le attività di coaching, mentoring, supervision o formazione offra le condizioni ottimali di apprendimento, riflessione ed un’alta probabilità di raggiungere gli obiettivi stabiliti nel contratto.

- 2.8 Gli associati dovrebbero anteporre sempre l'interesse del cliente e, nello stesso tempo, salvaguardare anche gli interessi dello sponsor.

Integrità

- 2.9 Gli associati presenteranno accuratamente ed onestamente l'associazione di appartenenza, le pertinenti qualifiche professionali, la loro esperienza, formazione, certificazioni e accreditamenti ai clienti, sponsor e colleghi.
- 2.10 In occasione di comunicazioni o conversazioni con qualsiasi soggetto, gli associati presenteranno accuratamente e onestamente il potenziale che essi forniscono come coach, mentor o supervisor.
- 2.11 Gli associati garantiranno che in ogni materiale promozionale pubblicato o altro non sia fatta nessuna falsa o poco chiara attribuzione sulla loro competenza professionale, qualifiche o accreditamenti. Gli associati attribuiranno la titolarità del lavoro, delle idee e del materiale di altri agli effettivi autori e non lo dichiareranno come proprio.
- 2.12 Gli associati agiranno nell'ambito della legge applicabile, e in nessun modo incoraggeranno, assisteranno o agiranno in collusione con condotta che sia disonesta, illegale, non professionale o discriminatoria.

Confidenzialità

- 2.13 Quando lavorano con un cliente, gli associati manterranno il più stretto livello di confidenzialità riguardo a tutte le informazioni riguardanti il cliente e lo sponsor a meno che il rilascio di informazioni sia richiesto dalla legge.
- 2.14 Gli associati stabiliranno un chiaro accordo con clienti e sponsor riguardo alle condizioni nelle quali la confidenzialità non potrà essere mantenuta (p. es., attività illegali, pericolo per sé o per gli altri, ecc.) e otterranno un accordo rispetto a quella limitazione di confidenzialità, ove possibile a meno che il rilascio di informazioni sia richiesto dalla legge.
- 2.15 Gli associati conserveranno, archiveranno e distruggeranno ogni documento riguardante i clienti, inclusi file elettronici e comunicazioni, in modo tale da promuovere la confidenzialità, la sicurezza e la privacy, in conformità con ogni legge e accordo applicabile esistente nel loro paese riguardante protezione dei dati e privacy.
- 2.16 Gli associati condivideranno con i clienti di ricevere supervision e specificheranno che durante dette sessioni si potrebbe fare riferimento al cliente in forma anonima. Il cliente dovrà essere rassicurato sul fatto che la relazione di supervision è essa stessa una relazione confidenziale.
- 2.17 Se il cliente è un bambino o un adulto vulnerabile, gli associati si accorderanno con lo sponsor del cliente o con il suo tutore/sorvegliante per assicurare un livello di confidenzialità della relazione col cliente che soddisfi il migliore interesse della persona, in accordo con la legislazione vigente.

Interazioni inappropriate

- 2.18 E' precisa responsabilità degli associati stabilire e mantenere confini chiari, adeguati e culturalmente sensibili che governino le interazioni, fisiche o di altro tipo, con i clienti e lo (gli) sponsor.
- 2.19 Gli associati eviteranno ogni relazione amorosa o sessuale con i clienti attuali o sponsor. Inoltre, gli associati saranno vigili rispetto alla possibilità di qualsiasi potenziale intimità sessuale tra le parti summenzionate e adotteranno azioni adeguate ad evitare l'intimità o ad annullare l'impegno allo scopo di fornire un ambiente sicuro nel suo complesso.

Conflitto di interessi

- 2.20 Gli associati non approfitteranno di un cliente o non cercheranno di ottenere da una relazione professionale alcun vantaggio inappropriato – sia di tipo finanziario che non.
- 2.21 Al fine di evitare ogni conflitto di interesse, gli associati faranno chiara distinzione fra una relazione professionale e altre forme di relazione.
- 2.22 Gli associati saranno consapevoli di potenziali conflitti d'interesse sia di natura commerciale che personale che potrebbero sorgere da una relazione di lavoro e li affronteranno velocemente ed efficacemente per garantire che nulla arrechi discapito al cliente o allo sponsor.
- 2.23 Gli associati terranno in considerazione l'impatto che il proprio rapporto con un cliente potrebbe avere sulle relazioni con altri clienti e discuteranno ogni potenziale conflitto di interesse con chi potrebbe esserne interessato.
- 2.24 Gli associati riveleranno apertamente ogni conflitto con il cliente e si accorderanno per recedere dalla relazione se dovesse sorgere un conflitto che non possa essere gestito efficacemente.

Conclusione delle relazioni professionali e responsabilità in essere

- 2.25 Gli associati rispetteranno il diritto del cliente di rescindere l'accordo di lavoro in qualunque momento del processo, ai sensi delle disposizioni dell'accordo e dei livelli di servizio di coaching mentoring o supervision.
- 2.26 Gli associati incoraggeranno il cliente o lo sponsor a interrompere l'accordo di coaching mentoring o supervision qualora reputino che un altro coach, mentor o supervisor o un'altra modalità di aiuto professionale sia più adeguata al cliente o allo sponsor.
- 2.27 Gli associati comprendono che le loro responsabilità professionali continuano oltre la conclusione di qualsiasi relazione professionale. Ciò comprende:
- Il mantenimento della confidenzialità concordata su tutte le informazioni relative a clienti e sponsor
 - La conservazione sicura e riservata di tutti i relativi dati e note in rispetto con le relative leggi del paese riguardanti protezione dei dati e privacy
 - Evitare ogni tipo di sfruttamento della relazione pregressa, che diversamente metterebbe in discussione la professionalità o l'integrità dell'associato o della comunità professionale
 - La fornitura di qualsiasi follow-up che sia stato concordato.
- 2.28 Si richiede che gli associati abbiano un piano per il trasferimento dei clienti attuali e dei relativi dati nell'eventualità che l'associato chiuda l'attività o ne diventi incapace di continuarla.

3. Condotta Professionale

Mantenere la reputazione della professione

- 3.1 Ci si aspetta che gli associati si comportino in modo tale che rifletta sempre positivamente e accresca la reputazione di un servizio sempre più professionalizzato.
- 3.2 Gli associati dimostreranno rispetto per la varietà degli associati e delle altre figure professionali e per i differenti approcci al coaching, mentoring o supervision.

Riconoscere l'eguaglianza e la diversità

- 3.3 Gli associati rispetteranno le dichiarazioni e le politiche delle rispettive Associazioni sulla diversità
- 3.4 Gli associati eviteranno consapevolmente di discriminare in qualsiasi campo e cercheranno costantemente di arricchire la loro consapevolezza di possibili aree di discriminazione.
- 3.5 Gli associati saranno consapevoli di potenziali distorsioni inconsapevoli e si impegneranno a assicurare di assumere un approccio rispettoso e inclusivo che abbracci ed esplori le differenze individuali.
- 3.6 Gli associati stimoleranno in modo costruttivo qualsiasi collega, dipendente, fornitore di servizi, cliente o partecipante che venga percepito come qualcuno che stia assumendo un comportamento discriminatorio.
- 3.7 Gli associati presteranno attenzione al loro linguaggio, parlato, scritto e non-verbale, nella prospettiva di correggere un involontaria discriminazione.
- 3.8 Gli associati si impegneranno in attività di sviluppo che siano orientate al probabile arricchimento della auto-consapevolezza in relazione all'eguaglianza e alla diversità.

Infrazioni alla condotta professionale

- 3.9 Gli associati accettano che ogni infrazione che sia confermata possa far derivare sanzioni, inclusa la perdita del riconoscimento del livello professionale rilasciato dall'Associazione e/o l'appartenenza ad essa. Le Associazioni possono condividere dettagli di tali infrazioni tra di loro nell'interesse della sicurezza del cliente, sostenendo standard di qualità e conservando la reputazione della professione.
- 3.10 Un associato può contestare un altro associato quando abbia un motivo ragionevole per ritenere che questo associato stia agendo in modo anti-etico e, in mancanza di risoluzione del dubbio, riferirà quella persona all'Associazione

Obbligazioni e doveri legali e statutari

- 3.11 Gli associati sono tenuti a rimanere aggiornati e a conformarsi con tutti i requisiti legali e statutari del Paese in cui svolgono il loro lavoro e a operare all'interno di ogni procedura e politica organizzativa nel contesto in cui si svolge l'attività professionale.
- 3.12 Nel contesto del Paese in cui l'associato opera, esso si doterà dell'appropriata indennità professionale di assicurazione per coprire il proprio lavoro di coaching, mentoring o supervision.

4. Pratica eccellente

Capacità di prestazione

- 4.1 Gli associati avranno le qualificazioni, le capacità e le esperienze appropriate per soddisfare le esigenze del cliente ed operare nei limiti della loro competenza. Gli associati dovranno indirizzare, se del caso, il cliente verso professionisti con maggiore esperienza o più adeguatamente qualificati.
- 4.2 Gli associati saranno in sufficiente forma fisica e di salute per poter praticare la professione. Se non lo fossero, o non fossero sicuri di poter lavorare con sicurezza per ragioni di salute, essi dovranno cercare un sostegno o un consiglio professionale. Laddove necessario o appropriato, l'associato dovrà gestire la conclusione del rapporto con il cliente e indirizzarlo verso un altro professionista..

Supervision continua

- 4.3 Gli associati si impegneranno a svolgere una supervision con un supervisor adeguatamente qualificato o una supervision tra pari, con un livello di frequenza che sia adeguato alla loro pratica di coaching di mentoring o di supervision, ai requisiti della loro Associazione e al riconoscimento del livello professionale rilasciato dall'Associazione, oppure con un impegno esplicito in pratica riflessiva, idealmente con colleghi e/o con colleghi più esperti.
- 4.4 È necessario che gli associati si assicurino che ogni altra relazione esistente con il supervisor non interferisca con la qualità della supervision fornita.
- 4.5 Gli associati discuteranno ogni dilemma etico e ogni potenziale o reale infrazione di questo codice con il proprio supervisor o il gruppo di supervision tra pari, per un sostegno o un consiglio.

Sviluppo professionale continuo

- 4.6 Gli associati svilupperanno il proprio livello di competenza di coaching e/o di mentoring attraverso la partecipazione a una adeguata e appropriata quantità di attività di formazione e/o di sviluppo professionale continuo (SPC).
- 4.7 Gli associati si adopereranno per dare un contributo alla comunità professionale, adeguato al proprio livello di competenza. Questo può assumere molte forme, ad es. sostegno informale a colleghi, avanzamento della professione attraverso la ricerca o la pubblicazione di scritti, ecc.
- 4.8 Gli associati valuteranno con sistematicità la qualità del proprio lavoro, ad es. attraverso il feedback dei clienti, dei loro supervisor o di altre parti coinvolte.

5. Associazioni firmatarie del Global Code of Ethics - per Coaches, Mentors e Supervisors

Data della firma del Codice Globale	Prima versione firmata	Nome e sito web delle Associazioni firmatarie	Logo delle Associazioni
5 febbraio 2016	1.0	Association for Coaching ("AC") www.associationforcoaching.com	
5 febbraio 2016	1.0	European Mentoring and Coaching Council ("EMCC") www.emccouncil.org	
1 maggio 2018	2.0	Association for Professional Executive Coaching and Supervision www.apecs.org	
1 maggio 2018	2.0	Associazione Italiana Coach Professionisti www.associazionecoach.com	
1 maggio 2018	2.0	Mentoring Institute, University of New Mexico https://mentor.unm.edu/	