

# Codice Etico Globale

per Coach, Mentor e Supervisor

Approvato e aggiornato a giugno 2021

## IL CODICE ETICO

Il Codice è articolato in cinque sezioni e riguarda le aspettative generali degli Enti in merito al comportamento e alla condotta professionale degli associati, nonché l'elenco di tutte le associazioni che hanno aderito al presente Codice Etico:

INTRODUZIONE E SCOPO.....	3
1. Terminologia .....	5
2. Lavoro con i clienti.....	6
3. Condotta professionale .....	10
4. Eccellenza nella pratica .....	12
5. Firmatari del Codice Etico Globale .....	14

## INTRODUZIONE E SCOPO

Tutte le organizzazioni (denominate "le associazioni ") menzionate nella sezione 5, in qualità di cofirmatari del presente Codice Etico (denominato "il Codice"), concordano quanto segue:

Come Enti cofirmatari, ci impegniamo a mantenere e promuovere pratiche eccellenti e principi etici nel coaching, nel mentoring e nella supervisione, un settore professionale in crescita e supportato dalle tecnologie digitali, inclusi la scienza dei dati e l'intelligenza artificiale (IA).

Tutti i nostri associati, nei loro ruoli di coach, mentor, supervisor, formatori e fornitori di servizi di formazione, in virtù della loro appartenenza associativa, accettano di aderire agli elementi e ai principi del presente Codice Etico.

Il Codice è in linea con il contenuto e i requisiti stabiliti nella Carta Professionale del Coaching e del Mentoring.

La Carta, redatta in conformità con la legislazione europea, è depositata presso il registro dell'Unione Europea che elenca le iniziative di autoregolamentazione in Europa.

Il Codice è inteso come un documento di linee guida piuttosto che un documento legalmente vincolante, che specifica in dettaglio ciò che un membro può e non può fare. Il Codice pone le basi per le migliori pratiche di coaching, mentoring e supervisione promuovendo lo sviluppo dell'eccellenza professionale. Il suo scopo è quello di:

- Delineare le linee guida, le responsabilità e gli standard di condotta appropriati per tutti i nostri associati.
- Definire quali azioni e comportamenti ci si aspetta dai nostri associati quando lavorano con coachee, mentee, supervisee (denominati "clienti") e quando interagiscono con altri colleghi praticanti, sponsor, portatori di interessi e altri professionisti.
- Guidare lo sviluppo e la crescita dei nostri associati nella professione, unitamente alle competenze richieste dagli Enti professionali.

- Offrire una guida per coloro che non si riconoscono come coach, mentor o supervisor professionisti, sebbene utilizzino competenze di coaching, mentoring o supervisione nel loro lavoro.
- Essere utilizzato come base per eventuali reclami ovvero udienze e azioni disciplinari nell'ambito delle procedure di reclamo dei rispettivi Enti.

## 1. Terminologia

a) Per ragioni di brevità, il presente Codice si riferisce, ove opportuno, a:

- coachee, mentee, supervisee e studenti come "clienti".
- Coach, mentor, supervisor e formatori/fornitori di servizi di formazione come "associati praticanti" o "associati".
- Lavoro di coaching, mentoring e supervisione come "lavoro professionale".
- Coaching, mentoring e supervisione come "professione".

b) I firmatari di questo Codice riconoscono che i termini "professione" e "professionale" sono utilizzati per attività che non sono sottoposte a regolamentazione legale, ma sono sempre più professionalizzate e autoregolamentate.

c) I firmatari del presente Codice riconoscono che i titoli di "coach", "mentor" e "supervisor" non sono protetti e possono essere utilizzati da chiunque nel campo della pratica, associati o non associati di un organismo professionale.

d) Ogni Associazione firmataria definirà esattamente quali dei suoi associati e delle altre parti interessate sono tenuti a rispettare il presente Codice (denominati collettivamente "associati").

e) Per una corretta comprensione di questo Codice, gli associati dovrebbero essere a conoscenza delle definizioni della propria categoria professionale e della terminologia specifica impiegata per le parole chiavi quali coach, coaching, cliente, membro, mentor, mentoring, sponsor, supervisor, supervisione, formazione e tecnologia.

## 2. Lavoro con i clienti

### Contesto

2.1. Durante l'attività professionale con i clienti, a qualsiasi titolo, gli associati si comporteranno in conformità con questo Codice, impegnandosi a fornire il livello di servizio che ci si può ragionevolmente aspettare da un associato.

### Contrattazione

2.2. Prima di iniziare a lavorare con un cliente, gli associati renderanno disponibile questo Codice e spiegheranno e renderanno esplicito il loro impegno a rispettare questo Codice. Gli associati informeranno i loro clienti e sponsor delle procedure di reclamo da rivolgere all'associazione di riferimento.

2.3. Prima di iniziare il lavoro con un cliente, gli associati spiegheranno e cercheranno di assicurarsi che il cliente e lo sponsor conoscano e comprendano pienamente la natura, i termini e le condizioni del contratto di coaching, mentoring o supervisione, inclusi gli accordi finanziari, logistici e di riservatezza.

2.4. Gli associati useranno le loro conoscenze ed esperienze professionali per comprendere le aspettative dei loro clienti e sponsor e raggiungere un accordo su come intendono soddisfarle. Gli associati cercheranno anche di prendere in considerazione le esigenze e le aspettative di altre parti interessate.

2.5. Gli associati saranno aperti e trasparenti riguardo ai metodi che utilizzano e disposti a condividere informazioni con clienti e sponsor riguardo ai processi e agli standard utilizzati.

2.6. Gli associati garantiranno che la durata del contratto sia appropriata per raggiungere gli obiettivi del cliente e dello sponsor e lavoreranno attivamente per promuovere l'indipendenza, l'autonomia e il senso di responsabilità del cliente.

2.7. Gli associati si assicureranno che il contesto in cui avranno luogo le attività di coaching, mentoring, supervisione o formazione offra condizioni ottimali per l'apprendimento e la riflessione, in modo da aumentare la probabilità di raggiungere gli obiettivi stabiliti nel contratto.

2.8. Gli associati dovrebbero essere guidati dagli interessi del loro cliente e allo stesso tempo aumentare la consapevolezza e la responsabilità di salvaguardare che questi interessi non danneggino quelli degli sponsor, dei portatori di interesse, della società in termini più ampi o dell'ambiente naturale.

### Integrità

2.9. Gli associati saranno adeguatamente qualificati per lavorare con il gruppo di clienti scelto e rappresenteranno onestamente la loro esperienza, le qualifiche professionali, le appartenenze associative e le qualifiche ai clienti, agli sponsor, alle parti interessate e ai colleghi professionisti.

2.10. Nella comunicazione con qualsiasi parte, gli associati rappresenteranno accuratamente il valore che forniscono come coach, mentor o supervisor.

2.11. Gli associati si assicureranno che non sia fatta alcuna dichiarazione falsa o fuorviante, o sottintesa, in merito alla loro competenza professionale e sulle loro qualifiche in qualsiasi materiale pubblicato, promozionale o altro. Gli associati attribuiranno la titolarità del lavoro, delle idee e del materiale di altri agli autori e non lo rivendicheranno come proprio.

2.12. Gli associati divulgheranno qualsiasi conflitto d'interesse, agiranno nel rispetto della legislazione vigente e non incoraggeranno, assisteranno o colluderanno in alcun modo con una condotta disonesta, illegale, non professionale, ingiusta o discriminatoria.

### Riservatezza e confidenzialità

2.13. Durante l'attività lavorativa con i clienti, gli associati manterranno il più stretto livello di confidenzialità in merito a tutte le informazioni riguardanti i clienti e gli sponsor, salvo i casi previsti dalla legge.

2.14. Gli associati promuoveranno un chiaro accordo sulla riservatezza con i clienti e gli sponsor in merito alle condizioni in cui non potrà essere mantenuta (ad esempio, attività illegali, pericolo per sé stessi o per gli altri). Gli associati raggiungeranno l'accordo su tale limite di riservatezza, ove possibile, a meno che il rilascio delle informazioni sia già richiesto dalla legge.

2.15. Gli associati raccoglieranno, manterranno ed utilizzeranno tutti i dati e le registrazioni del loro lavoro con i clienti, inclusi i file digitali e le comunicazioni, in un modo da garantire la riservatezza, la sicurezza e la privacy, in conformità con la legislazione e gli accordi rilevanti nel paese del loro cliente riguardo la protezione dei dati e la privacy.

2.16. Gli associati informeranno i clienti che stanno ricevendo una supervisione durante la quale il cliente potrebbe essere menzionato in modo anonimo. Il cliente dovrebbe essere rassicurato che la relazione di supervisione è di per sé confidenziale.

2.17. Se il cliente è un bambino o un adulto con vulnerabilità, gli associati si accorderanno con gli sponsor o i tutori del cliente per garantire un adeguato livello di riservatezza nel migliore interesse del cliente, rispettando al contempo tutte le normative vigenti e le pratiche di salvaguardia.

#### Interazioni inappropriate

2.18. Gli associati hanno la responsabilità di stabilire e mantenere dei confini chiari, appropriati, culturalmente sensibili, che governano tutte le interazioni fisiche e virtuali con i clienti o gli sponsor.

2.19. Gli associati eviteranno rigorosamente di impegnarsi in qualsiasi relazione affettiva o di natura sessuale con clienti o sponsor durante il periodo dell'attività lavorativa.

#### Conflitto d'interesse

2.20. Gli associati non sfrutteranno il cliente o cercheranno di ottenere qualsiasi vantaggio finanziario o non finanziario inappropriato dalla relazione, né useranno i dati personali, professionali o di altro tipo del cliente, senza il suo consenso.

2.21. Per evitare qualsiasi conflitto d'interesse, gli associati distingueranno chiaramente con il cliente una relazione professionale da altre forme di relazione.

2.22. Gli associati sono consapevoli dei potenziali conflitti d'interesse, sia di natura commerciale che personale, derivanti dalla relazione di lavoro e, nel



caso, li affronteranno rapidamente ed efficacemente, al fine di garantire che non vi sia alcun danno per il cliente o lo sponsor.

2.23. Gli associati considereranno l'impatto di qualsiasi relazione con i clienti su altre relazioni dei clienti e discuteranno qualsiasi potenziale conflitto di interessi con coloro che potrebbero essere danneggiati.

2.24. Gli associati renderanno esplicito qualsiasi conflitto d'interesse in modo aperto e trasparente con il cliente e nel caso non possa essere gestito efficacemente, concorderanno la conclusione della relazione professionale.

Conclusione delle relazioni professionali e responsabilità continue

2.25. Gli associati rispetteranno il diritto del cliente di interrompere l'incarico in qualsiasi momento del processo, come da disposizioni indicate nell'accordo di servizio di coaching, mentoring o supervisione.

2.26. Gli associati incoraggeranno il cliente o lo sponsor a terminare l'incarico di coaching, mentoring o supervisione, qualora reputino che il cliente abbia necessità di un'altra modalità di aiuto professionale più adeguata.

2.27. Gli associati accompagneranno i clienti verso conclusione del servizio, includendo un piano di continuità del servizio qualora l'associato non fosse più nelle condizioni di completare per motivi indipendenti dalla sua volontà.

2.28. Gli associati sono tenuti ad avere una disposizione per il trasferimento degli attuali clienti e dei loro dati in caso di cessazione dell'attività.

2.29. Gli associati sono consapevoli che le loro responsabilità professionali continuano oltre la conclusione della relazione professionale. Queste includono:

- mantenimento della riservatezza di tutte le informazioni in relazione ai clienti e agli sponsor con una gestione attenta ed etica dei dati confidenziali, personali o di altro tipo.
- Astensione da qualsiasi utilizzo improprio della precedente relazione che possa danneggiare la professionalità o l'integrità dell'associato o della comunità professionale.

- Disponibilità a qualsiasi valutazione o azione, a seguito della conclusione, che sia stata concordata.

### 3. Condotta professionale

Mantenere la reputazione della professione

3.1. Gli associati si comporteranno in modo da valorizzare la professione e da migliorare la reputazione del servizio professionale, assicurando che l'uso della tecnologia sia in linea con gli standard professionali.

3.2. Gli associati dimostreranno rispetto per la varietà di pratiche utilizzate dagli associati e da altri individui nella professione e per tutti i diversi approcci, con solida base etica, di coaching, mentoring e supervisione, incluso l'uso di tecnologie di dati e l'intelligenza artificiale.

Agire in modo responsabile

3.3. Gli associati rispetteranno le dichiarazioni e le politiche delle loro rispettive associazioni in merito a: inclusione, diversità, responsabilità sociale e cambiamento climatico.

3.4. Gli associati eviteranno di discriminare consapevolmente per qualsiasi motivo e cercheranno di migliorare la propria consapevolezza delle possibili aree di discriminazione e pregiudizio, anche nell'uso della tecnologia o di dati inesatti o falsi.

3.5. Gli associati saranno consapevoli dei potenziali pregiudizi inconsci e delle ingiustizie globali e cercheranno di garantire un approccio rispettoso e inclusivo, che abbracci ed esplori le differenze individuali.

3.6. Gli associati metteranno in discussione in modo costruttivo e offriranno supporto a qualsiasi collega, dipendente, fornitore di servizi e cliente che sia percepito come discriminatorio o non disposto ad assumersi la responsabilità del proprio comportamento e delle proprie azioni.

3.7. Gli associati presteranno attenzione alla loro comunicazione parlata, scritta e non verbale per evitare pregiudizi impliciti o discriminazioni.

3.8. Gli associati si impegneranno in attività di sviluppo professionale che contribuiscano ad aumentare l'autoconsapevolezza in relazione a tematiche quali inclusione, diversità, tecnologia, nonché agli ultimi sviluppi delle problematiche sociali e ambientali.

Violazioni della condotta professionale

3.9. Gli associati accettano che qualsiasi violazione del codice, che sia confermata in una procedura di reclamo, possa concludersi con sanzioni, inclusa la perdita dello status di accreditato e/o dell'appartenenza all'associazione.

3.10. Un associato avrà facoltà di chiedere delucidazioni ad un altro associato se ha ragionevoli motivi per credere che l'associato stia agendo in modo non etico e, in caso sia necessario procedere, segnalerà la persona in questione all'associazione di appartenenza.

Obblighi e doveri di natura legale e statutaria

3.11. Gli associati sono obbligati a rimanere aggiornati e a rispettare:

- tutti i requisiti legali per quanto di competenza nei paesi in cui si svolge il loro lavoro professionale.
- La legislazione a tutela dei bambini o adulti con vulnerabilità nel caso si lavori con loro.
- Le norme interne e le procedure organizzative rilevanti del contesto di lavoro.

3.12. Gli associati si occuperanno di avere l'appropriata assicurazione di indennità professionale per proteggere il loro lavoro di coaching, mentoring e supervisione per i paesi in cui operano e dove tale assicurazione di indennità sia disponibile.

## 4. Eccellenza nella pratica

### Capacità di prestazione

4.1. Gli associati opereranno entro i limiti della loro competenza professionale. Gli associati dovranno indirizzare il cliente verso un professionista più esperto o adeguatamente qualificato, laddove appropriato.

4.2. Gli associati si assicureranno di essere sufficientemente in forma e in salute per svolgere l'attività. Se non lo sono, o non sono sicuri di essere in grado di svolgere l'attività in modo sicuro per ragioni di salute, cercheranno una guida o un supporto professionale.

### Supervisione continua

4.3. Gli associati si impegneranno nella supervisione con un supervisor adeguatamente qualificato/esperto e nella supervisione tra pari, con un livello di frequenza che sia appropriato alla loro pratica di coaching, mentoring o supervisione, ai requisiti della loro associazione professionale e al livello di qualifica, e manterranno una costante pratica riflessiva.

4.4. Gli associati devono garantire che qualsiasi altra relazione esistente all'interno della supervisione, professionale o personale, non interferisca con la qualità della supervisione fornita.

4.5. Gli associati discuteranno qualsiasi dilemma etico e le potenziali, o effettive, violazioni di questo Codice, incluse quelle derivanti dall'uso dell'IA e della tecnologia in generale, con il loro supervisor o con il gruppo di supervisione tra pari per ricevere supporto e guida.

### Sviluppo professionale continuo

4.6. Gli associati svilupperanno il loro livello di competenza di coaching e/o mentoring e la capacità di supervisione, partecipando ad un'adeguata formazione, focalizzata sul futuro, e ad attività di sviluppo professionale continuo.

4.7. Gli associati contribuiscono alla comunità professionale in funzione del loro livello di competenza. Le forme che questo contributo può assumere includono il

supporto informale ai colleghi che svolgono l'attività, il contributo all'avanzamento della professione, la ricerca, l'elaborazione di testi, ecc.

4.8. Gli associati rifletteranno in modo sistematico e valuteranno la qualità e la rilevanza del loro lavoro e del loro ruolo attraverso il feedback dei clienti, degli sponsor e delle parti interessate, e altre attività di sviluppo professionale continuo, per migliorare la loro pratica.

## 5. Firmatari del Codice Etico Globale

Il Codice Etico Globale presenta un quadro etico di carattere generale per i firmatari. In tal senso non include le procedure di reclamo né descrive tutti i potenziali problemi etici.

Il Codice Etico Globale attribuisce infatti la responsabilità della governance a ciascuna associazione firmataria per sviluppare e applicare politiche e procedure specifiche che riflettono la diversità di sfumature etiche relative alla diversità della pratica e ai contesti locali o specifici.

Tali specificità non contraddicono l'essenza del Codice, né comportano l'obbligo per gli altri cofirmatari di adottarle. Queste aggiunte possono essere condivise dai firmatari come parte degli scambi di collaborazione in corso tra le associazioni professionali.

I firmatari del Codice Etico Globale non saranno coinvolti in alcun reclamo che riguardi un'altra associazione firmataria. Qualsiasi reclamo di questo tipo sarà portato direttamente a quell'associazione.

Per maggiori dettagli su ciascun firmatario del codice, tra cui l'appartenenza, il livello di qualifica, gli standard, la governance e le procedure di reclamo, si prega di visitare i rispettivi siti web degli enti firmatari.

Gli attuali firmatari del codice sono visibili  
<https://www.globalcodeofethics.org/signatories/>

Per sapere come diventare un firmatario del Codice Etico Globale, contattare [administrator@emccglobal.org](mailto:administrator@emccglobal.org).

## COSA FARE IN CASO DI VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO

Ogni associato EMCC, all'atto dell'iscrizione all'Associazione, prende visione del "The Global Code of Ethics" e ne sottoscrive l'intero contenuto senza riserve.

Qualora il cliente di un associato ritenga che lo stesso non abbia agito in modo consono ai dettami del nostro Codice Etico, potrà attivare la procedura di reclamo, scrivendo al seguente indirizzo: [sportello.consumatore@emccitalia.it](mailto:sportello.consumatore@emccitalia.it)

Organo preposto al controllo della corretta applicazione del Codice Etico da parte degli associati sono i Probiviri.

I Probiviri trasmettono le loro indicazioni al Comitato Direttivo che agisce operativamente nella gestione dei reclami e delle relative sanzioni.

Come avviene la gestione del reclamo

- Lo Sportello Consumatore invierà al cliente un'email di riscontro per ricevuta entro 72 ore.
- Lo Sportello Consumatore inoltra ai Probiviri le segnalazioni che riguardano esclusivamente la condotta professionale dell'associato, riportano in modo dettagliato le presunte deviazioni dal Codice Etico e si riferiscono a accadimenti avvenuti non oltre i sei mesi dalla fine del rapporto di coaching, mentoring, supervision.
- Il reclamo può contenere eventuali documenti a sostegno che in caso di assenza possono però essere richiesti in una fase successiva.
- I Probiviri comunicano al Comitato Direttivo la loro analisi della situazione e le indicazioni di comportamento raccomandate. Il Comitato Direttivo provvede alle comunicazioni agli interessati.

Se ritieni che un nostro associato abbia agito in violazione del nostro codice etico, scrivici a [sportello.consumatore@emccitalia.it](mailto:sportello.consumatore@emccitalia.it)