

SCHEDA 3. A

Aggiornamento: gennaio 2015

CODICE DEONTOLOGICO DEL MEDIATORE FAMILIARE IN MATERIA DI SEPARAZIONE E DIVORZIO

La S.I.Me.F. (Società Italiana di Mediatori Familiari di cui l'Associazione GeA-Genitori Ancora è socio fondatore) ai sensi dell'art. 2 dello Statuto, si dota del seguente Codice deontologico. Detto Codice, approvato in data 13 Settembre 2014 dal Comitato Direttivo Nazionale, sostituisce il precedente.

Art 1 – Definizione e scopo del Codice Deontologico

Il Codice Deontologico è un codice etico e di comportamento a cui hanno l'obbligo di attenersi tutti i membri appartenenti alla S.I.Me.F – Società Italiana di Mediatori Familiari – al fine di preservare e accrescere la reputazione, la competenza e la professionalità dei Mediatori Familiari.

Esso si applica a tutti i professionisti iscritti alla Società, anche durante il tirocinio.

La S.I.Me.F. è tenuta ad inviare ai nuovi iscritti il Codice deontologico e a promuovere periodicamente occasioni di aggiornamento e di approfondimento sui contenuti del Codice e sulla sua applicazione.

Art. 2 – Principi generali. Definizione del profilo professionale e obiettivi della mediazione familiare

Il mediatore familiare è un professionista qualificato a seguito di una formazione specifica. Interviene, quale figura terza, in un ambiente neutrale e in autonomia dall'ambito giudiziario, nel percorso di riorganizzazione delle relazioni familiari nei casi di cessazione di un rapporto di coppia a qualsiasi titolo costituita. Si adopera affinché i genitori raggiungano in prima persona accordi direttamente negoziati, rispetto a bisogni ed interessi da loro stessi definiti, con particolare attenzione ai figli e al fine del mantenimento ed esercizio della comune responsabilità genitoriale.

L'esercizio della professione si avvale di diversi orientamenti teorici, di specifiche conoscenze, abilità e competenze che vengono aggiornate attraverso la formazione permanente.

E' fondato sull'autonomia, sull'obbligo del segreto professionale, sulle conoscenze e sull'indipendenza di giudizio intellettuale e di operatività, nel rispetto dei principi di buona fede, dell'affidamento del pubblico e della clientela, della correttezza, dell'ampliamento e della specializzazione dell'offerta dei servizi, della responsabilità del professionista. I professionisti iscritti alla S.I.M.e.F. sono tenuti ad esercitare la propria attività con rigore, trasparenza e correttezza.

Art. 3 – Etica del mediatore familiare

L'esercizio della Mediazione Familiare comporta da parte del professionista mediatore imparzialità e neutralità nei confronti delle parti.

Al mediatore è proibito:

- intervenire in mediazioni che coinvolgono persone con cui sia in precedente legame personale;
- erogare ai propri clienti servizi che esulino dallo specifico della Mediazione familiare;
- fare pressioni sulle parti affinché aderiscano ad un accordo che non sia frutto di libero consenso;
- accettare incarichi riservati dalla Legge in via esclusiva agli iscritti in Albi, elenchi o registri.

Il mediatore, inoltre, ha l'obbligo di precisare alle parti che le informazioni o i consigli di ordine giuridico e/o psicologico devono essere ottenuti dai professionisti degli specifici settori i quali possono essere da loro liberamente scelti.

Art. 4 – Confidenzialità

Dietro riserva di applicazione delle disposizioni del codice di procedura penale, relativo al segreto professionale, il mediatore familiare deve attenersi al più assoluto segreto quanto allo svolgimento e al contenuto dei colloqui di mediazione familiare e agli accordi eventualmente raggiunti.

Sono tenuti al rispetto del segreto professionale, oltre ai mediatori familiari, anche i tirocinanti e gli allievi in formazione che assistono agli incontri di mediazione familiare.

Art. 5 – Commissione per l’Etica e la deontologia professionale

L’art. 18 punto c. dello Statuto approvato il 29 marzo 2014 prevede l’istituzione della Commissione per l’etica e la deontologia professionale, composta da tre Soci eletti dall’Assemblea generale degli iscritti, con il compito di:

- verificare e confrontare le norme deontologiche in rispetto delle stesse;
- eleggere un coordinatore;
- esprimere pareri per il Comitato Direttivo sui comportamenti etici e deontologici nonché civilistici e di conflitto di interesse che riguardino i soci professionisti eventualmente sottoposti a provvedimenti disciplinari;
- esaminare e relazionare al Comitato Direttivo circa i reclami degli utenti ed inviati alla Commissione della Presidenza Nazionale.

La Commissione per l’Etica e la Deontologia delibera sulle questioni sottoposte dalle Associazioni Macroregionali, le quali non possono istituire Commissioni Etiche e Deontologiche autonome.

Art. 6 – Dovere di aggiornamento professionale

E’ dovere del mediatore familiare aggiornare costantemente la propria preparazione professionale, accrescere le conoscenze, abilità e competenze, in riferimento ai settori nei quali svolge la propria attività.

E’ dovere deontologico del mediatore familiare rispettare lo Statuto, il presente Regolamento 1 e gli eventuali altri regolamenti S.I.Me.F.

Art. 7 – Dovere di adempimento previdenziale e fiscale

I mediatori familiari hanno il dovere di rispettare le normativa dello Stato in cui esercitano la loro attività professionale in particolare gli obblighi relativi al regime previdenziale e fiscale in vigore nel luogo di domicilio fiscale.

Art. 8 – Divieto di accaparramento degli utenti/clienti

E’ vietata ogni condotta diretta all’acquisizione di rapporti di clientela con modi non conformi alla correttezza professionale e al decoro.

Art. 9 – Diritti degli utenti/ clienti

Fin dal primo incontro il mediatore familiare deve informare i clienti/utenti sugli obiettivi, le modalità ed il percorso di mediazione.

Li informa sulla specificità del suo intervento distinguendolo da quello di altri professionisti in particolare dell’ambito giuridico, psicologico/psicoterapeutico e socio-assistenziale.

Il mediatore familiare informa i clienti del costo degli incontri e delle modalità di pagamento.

In nessun caso il costo può essere vincolato al risultato ottenuto.

Il mediatore familiare deve ottenere l’incarico e il consenso esclusivamente dai clienti/utenti.

L’invio da parte di Magistrati è subordinato al consenso delle parti.

Ulteriore tutela dei diritti dei clienti/utenti risiede nella presenza, presso ogni Macroregione della S.I.Me.F., dello Sportello di riferimento per il Cittadino Consumatore a norma dell’art. 6 dello Statuto vigente.

Art. 10 – Interruzione della mediazione

Il percorso di mediazione può essere interrotto qualora:

- lo decida una o entrambe le parti;
- il mediatore valuti che non ci siano le condizioni di attivazione e/ o di prosecuzione del percorso di mediazione;
- il mediatore valuti che le regole della mediazione non siano state rispettate;
- il mediatore non sia più in grado di garantire la necessaria imparzialità.

Art. 11 – Pubbliche dichiarazioni

Tutte le dichiarazioni pubbliche degli aderenti al Codice deontologico devono essere coerenti con i suoi contenuti.

Art. 12 – Elezioni

Il mediatore familiare che partecipi, quale candidato o quale sostenitore di candidati ad elezioni ad organi rappresentativi della S.I.M.e.F, deve comportarsi con correttezza, evitando forme di propaganda o iniziative non consone alla dignità delle sue funzioni.

Art. 13 – Pubblicità

Nell'attività di autopromozione, i mediatori familiari sono tenuti ad essere veritieri e corretti in modo da non arrecare pregiudizio al decoro della professione.

Si asterranno da ogni forma di pubblicità ingannevole o comparativa che possa pregiudicare la correttezza delle informazioni rivolte ai clienti.

I mediatori familiari non possono attribuirsi titoli professionali, diplomi e competenze che non possiedono.

Art. 14 – Divieto di pratiche commerciali ingannevoli o aggressive

Sono vietate le pratiche commerciali ingannevoli e aggressive così come definite dal codice del consumo (decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206).

Art. 15 – Informativa al cliente/utente

Il professionista iscritto all'Associazione, in applicazione della normativa vigente, ha l'obbligo di informare i clienti del proprio numero di iscrizione all'Associazione (art. 8 c. 2 L. 4/2013) e a fornire al cliente, attraverso un documento scritto, i riferimenti dell'associazione di appartenenza con l'indicazione della denominazione, della sede legale nazionale e di quella della Macroregione di appartenenza, del sito web, anche al fine di consentire un immediato riferimento per lo Sportello di riferimento per il cittadino consumatore e per l'inoltro di eventuali reclami.

L'inadempimento rientra tra le pratiche commerciali scorrette tra professionisti e consumatori, di cui al titolo III della parte II del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206, ed è sanzionato ai sensi del medesimo codice.

Art. 16 – Non rispetto del codice

La S.I.M.e.F. si impegna a vigilare sul rispetto del presente codice.

In caso di pervenuta segnalazione circa comportamenti ritenuti in contrasto con i principi enunciati dal presente Codice Deontologico vengono applicati gli artt. 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 dello Statuto vigente riferenti al TITOLO V – procedimento disciplinare.

Art. 17 – Norme di chiusura

Le disposizioni specifiche del presente Codice costituiscono esemplificazioni dei comportamenti più ricorrenti e non limitano l'ambito di applicazione dei principi generali espressi.