

AIDE-MÉMOIRE SUR LA DÉONTOLOGIE, LES QUESTIONS D'ORDRE JURIDIQUE ET LES NORMES POUR LES CONSEILLERS ET LES PSYCHOTHÉRAPEUTES

COMMUNICATION AVEC LES CLIENTS PAR COURRIEL :
UN BREF ÉTAT DES LIEUX ET QUELQUES RECOMMANDATIONS

PAR DR. GLENN SHEPPARD



En 2009, C. Hawn a publié un article dans la revue *Health Affairs*, intitulé « Take Two Aspirin and Tweet Me in the Morning: How Twitter, Facebook, and other Social Media are Reshaping Health Care » (*Prenez deux aspirines et envoyez-moi un gazouillis le lendemain matin : comment Twitter, Facebook et les autres médias sociaux transforment les soins de santé*). Dans son article, il examine l'incidence potentielle de ces nouvelles plateformes de communication sur la prestation des soins de santé, de même que leurs implications pour les systèmes et les professionnels de la santé. Depuis 2009, les technologies de la communication ont connu d'autres avancées et nous continuons de nous adapter aux réalités de notre monde virtuel, où la distance n'est plus un obstacle à la communication. Dans les professions axées sur la relation d'aide, les nombreuses technologies sont de plus en plus utilisées pour offrir les services ou en bonifier la prestation.

LA PRATIQUE DU COUNSELING ET LA TECHNOLOGIE AUJOURD'HUI

Les divers modes de prestation technologiques évoluent plus vite que notre compréhension de leurs avantages et de leurs risques. Leur transformation est aussi plus rapide que l'élaboration des lois réglementaires, des politiques et des modifications à nos normes de pratique étant nécessaires pour en régir l'usage. On m'a récemment rappelé cette réalité lors de différentes consultations, où il a été question de la façon dont les conseillers communiquent par courriel avec la clientèle. Dans un cas, un(e) conseiller(ère) a éprouvé un sentiment de surprise quand un juge lui a demandé de fournir au tribunal un volume considérable de courriels échangés avec un client, le juge considérant ces correspondances comme des pièces du dossier de counseling. Dans un autre cas, un(e) conseiller(ère) avait beaucoup correspondu par courriel avec un client, à un point d'envisager la possibilité de le facturer pour ce qui, avec du recul, constituait du temps de travail. Je pense aussi à une psychologue, qui m'a transmis un courriel qu'elle avait lu plusieurs jours après son envoi, alors occupée auprès d'un proche malade. Le message du client disait quelque chose comme ceci : « Ça ne va pas aujourd'hui et je ne sais pas si ça vaut la peine de continuer les séances ». La conseillère, qui a rapidement vu qu'il s'agissait peut-être d'une pensée suicidaire, a communiqué avec le client sur-le-champ et s'est excusée pour le retard. En fin de compte, il allait bien. Elle s'est demandé quelle aurait été sa part de res-

pensabilité si son client était passé à l'acte, d'autant plus qu'elle n'avait pas fourni de numéro d'urgence.

PRATIQUES & DIRECTIVES

Alors, pour cet article, j'ai décidé de me pencher sur des pratiques et lignes directrices qui pourraient faciliter la gestion de nos communications par courriel avec la clientèle, et ce, dans le respect de nos obligations éthiques et de notre devoir fiduciaire. Avant toute chose, les membres sont invités à consulter le **Code de déontologie de l'ACCP** et les **normes de pratique** pour avoir une meilleure idée de la situation. L'article B17 du Code – qui s'intitule « **Services de counseling par téléphone, téléconférence ou sur Internet** » et dont la norme connexe porte sur les **services impliquant le mode de prestation à distance, les médias sociaux et les technologies électroniques** – oblige les membres de l'ACCP à accueillir les clients en leur donnant assez d'information pour favoriser un consentement éclairé en ce qui touche l'usage prévu des outils électroniques, notamment de la messagerie. Par rapport à l'envoi de courriels, il faut notamment fournir un encadrement en lien avec les *protocoles de sécurité et les risques déontologie, les limites du contenu, la fréquence de consultation des courriels, le délai de réponse anticipé ainsi que les stratégies que les clients peuvent adopter pour renforcer la sécurité des échanges*.

LIGNES DIRECTRICES CONCERNANT LE RECOURS À LA TECHNOLOGIE EN COUNSELING ET PSYCHOTHÉRAPIE

Comme vous le savez peut-être, à notre congrès 2019 tenu à Moncton du 13 au 16 mai, la Section de la technologie et des solutions innovatrices a adopté un rapport exhaustif intitulé « **Lignes directrices concernant le recours à la technologie en counseling et psychothérapie** ». Voici les lignes directrices régissant l'usage du courriel :

Utilisez une adresse de courriel distincte et sécurisée pour les clients.

Tous les courriels utilisés pour communiquer avec les clients doivent être cryptés. Voici ce qu'en dit Roy Huggins de Personcenteredtech.com : 'le cyptage, c'est le cyber équivalent des murs d'insonorisation, des portes closes et du déplacement des machines bruyantes dans le corridor.' C'est un puissant outil, mais ça ne reste qu'un outil. Vous devez l'utiliser et l'entretenir correctement.



« Tous les courriels utilisés pour communiquer avec les clients doivent être cryptés. Voici ce qu'en dit Roy Huggins de Personcenteredtech.com : 'le cryptage, c'est le cyber équivalent des murs d'insonorisation, des portes closes et du déplacement des machines bruyantes dans le corridor.' C'est un puissant outil, mais ça ne reste qu'un outil. Vous devez l'utiliser et l'entretenir correctement ».

Lignes directrices concernant le recours à la technologie en counseling et psychothérapie

Voici les possibilités à considérer :

- ⇒ Vous pouvez crypter ou protéger par mot de passe un document que vous adressez à un client;
- ⇒ Vous pouvez crypter ou protéger par mot de passe le courriel lui-même;
- ⇒ Vous pouvez choisir d'utiliser un système de courriel crypté et sécurisé (p. ex. Hushmail ou Privacemail) pour communiquer avec vos clients ou pour leur fournir des services de counseling ou de psychothérapie.

En tant que conseillères, conseillers et psychothérapeutes, nous devons rendre les options sécurisées disponibles de manière raisonnable. Il se peut que les clients affirment accepter les communications non cryptées, mais c'est peut-être parce qu'ils ne comprennent pas tout à fait les implications de la protection des renseignements personnels.

Il se peut que cette exigence de cryptage rencontre une certaine résistance, étant donné la pression exercée sur les clients. Puis, j'imagine aussi que ça dépend du contenu des courriels. Toutefois, je tiens à mentionner que la *Health Insurance Portability and Accountability Act*, une loi américaine, exige le cryptage de toutes les communications électroniques contenant des renseignements de santé protégés.

Les normes de pratique de l'American Counseling Association (ACA) ressemblent à celles de l'ACCP sur cette question, à la différence qu'elles comportent une norme supplémentaire :

H. 4. C. Services assistés par la technologie

Lorsqu'ils offrent des services assistés par la technologie, les conseillers déploient des efforts raisonnables pour déterminer si les clients ont les capacités intellectuelles, émotionnelles, physiques, linguistiques et fonctionnelles d'utiliser l'outil en question, qui doit être adapté à leurs besoins. Les conseillers vérifient que les clients comprennent l'utilité et le fonctionnement des applications technologiques et assurent un suivi auprès d'eux pour rectifier les fausses idées qu'ils entretiennent peut-être, leur enseigner comment bien les utiliser et évaluer les prochaines mesures à prendre.

L'American Medical Association dispose d'un ensemble de lignes directrices encadrant l'échange de courriels entre le patient et le médecin. Voici le résumé que j'en fais :

- ⇒ Faire signer un formulaire de consentement éclairé sur l'usage des courriels.
- ⇒ Fixer un délai de réponse et ne pas utiliser la messagerie électronique pour les affaires urgentes, seulement pour les renouvellements d'ordonnance ainsi que la prise et le rappel des rendez-vous.
- ⇒ Informer les patients sur les questions de protection de la vie privée. Ils devraient savoir ceci :
 - ⇒ Le nom de la personne qui assure le traitement des messages :
 - ◇ Durant les heures de travail habituelles du destinataire;
 - ◇ Durant les vacances ou les congés de maladie du destinataire.

Les messages doivent être ajoutés au dossier médical.

- ⇒ Les courriels font partie du dossier médical des clients.
- ⇒ Ne jamais utiliser l'adresse courriel d'un client à des fins de marketing.
- ⇒ Ne pas partager des adresses courriel professionnelles avec des membres de la famille.

Lors de la première rencontre avec leurs clients, les conseillers et les psychothérapeutes devraient discuter de ce qu'ils pensent de l'utilisation des technologies de communication et des médias sociaux.

- ⇒ Une fois que la technologie de cryptage sera largement répandue, conviviale et pratique, l'utiliser pour sécuriser tous les messages.
- ⇒ Éviter les communications non sécurisées sans fil contenant des renseignements permettant d'identifier un patient.
- ⇒ Vérifier deux fois plutôt qu'une le champ « À : » avant d'envoyer chaque courriel.
- ⇒ Au moins une fois par semaine, effectuer des sauvegardes des courriels pour l'archivage à long terme (par « long terme », on entend la durée de conservation des dossiers papier).
- ⇒ Transporter les décisions politiques à l'écrit et en format électronique.
- ⇒ Mettre fin aux correspondances par courriel avec les patients qui contreviennent aux lignes directrices à plusieurs reprises.

Recommandations:

- ⇒ Lors de la première rencontre avec leurs clients, les conseillers et les psychothérapeutes devraient discuter de ce qu'ils pensent de l'utilisation des technologies de communication et des médias sociaux.
- ⇒ Expliquez aux clients que si vous n'utilisez pas Facebook, Twitter ou d'autres sites pour communiquer avec eux, ce n'est pas parce que vous êtes antipathique, mais parce que vous souhaitez respecter leur vie privée et bien délimiter la relation professionnelle entre vous. Si vous confondez relations professionnelles et relations personnelles sur les médias sociaux, vous risquez de faire naître des relations duelles non

souhaitables, qui pourraient susciter de la confusion chez les clients quant à la nature du rapport qui vous lie.

- ⇒ Si vous communiquez avec vos clients par courriel, il est important que vous disposiez d'une politique écrite régissant ce type d'échanges et que vous la présentiez pour obtenir leur consentement éclairé.
- ⇒ Si vous offrez un service de counseling à distance ou permettez l'échange de ressources thérapeutiques, il vous faudra obtenir l'accord nécessaire et suffisamment d'information et d'encadrement pour assurer la participation adéquate, éthique et sécuritaire des clients (voir la norme de pratique B17 et les lignes directrices de la Section mentionnées plus tôt).
- ⇒ N'oubliez pas que de tels échanges font partie du dossier du client et devraient être conservés pendant la même période que les notes de counseling en personne. Bien sûr, il s'agira d'un verbatim, ce qui n'est pas le cas des notes rédigées après les séances. Mais, voilà, je me demande : serait-il acceptable ou avantageux pour les conseillers de prendre des notes après chaque séance à distance plutôt que de conserver le verbatim?
- ⇒ Si les courriels ne serviront qu'à des fins non urgentes et non thérapeutiques, comme la prise de rendez-vous, il faut le dire clairement aux clients. Cette précision pourrait être indiquée au bas de chaque courriel, comme ceci :

Merci de ne pas envoyer de renseignements confidentiels ou de demande pressante par courriel. En cas d'urgence, téléphonez au 133-461-4440.

Autre exemple de note à utiliser :

Ce courriel pourrait contenir des renseignements confidentiels ou protégés par des lois provinciales ou fédérales. Si vous avez reçu ce courriel par erreur, merci de m'en aviser immédiatement et de le supprimer définitivement, avec les pièces jointes s'il y en a.

*Fournissez vos coordonnées.

- ⇒ Si des clients ou des non-clients vous envoient des courriels non sollicités dans lesquels ils posent des questions d'ordre clinique ou divulguent des renseignements personnels, vous

pourriez leur dire que votre obligation de confidentialité vous empêche de répondre, puis les inviter à en discuter à leur prochaine séance ou à vous appeler au bureau.

- ⇒ Si des clients contreviennent à vos lignes directrices à plusieurs reprises, avisez-les que vous mettez fin aux communications par courriel.
- ⇒ Demandez aux clients de mentionner leur nom quelque part dans le corps du courriel.
- ⇒ Configurez votre mode de réponse automatique pour accuser réception des messages et demandez aux clients de faire de même.

À NOTER : Un bon nombre de ces pratiques s'appliquera aussi aux échanges par texto, à la différence que ceux-ci nécessiteront une précaution particulière quant à la protection des données du téléphone. Si vous envoyez des courriels ou des textos aux clients dans des espaces publics (aéroports, hôtels, cafés, etc.), assurez-vous que vos systèmes de sécurité sont fiables là-bas.

L'aide-mémoire sur la déontologie, les questions d'ordre juridique et les normes pour les conseillers et les psychothérapeutes est publié dans chaque édition de COGNICA et constitue une ressource supplémentaire pour membres de l'ACCP

Les entrées précédentes incluent :

- ⇒ [Scope of Practice for Counsellors](#)
- ⇒ [Dossiers de counseling : pratiques exemplaires pour les conseillers et les psychothérapeutes](#)
- ⇒ [Un jugement de la Cour suprême du Canada et le rapport Goudge sur les plaintes et la discipline](#)

Pour une compilation des œuvres sélectionnées, [consultez notre site Web](#).