

Témoignages : Le saviez-vous...



Réimprimé à titre de supplément du numéro Printemps 2012 de *Perspective*, une publication semestrielle de l'Ordre de travailleurs sociaux et des techniciens en travail social de l'Ontario.

Principe VII :

Publicité dans le manuel *Code de déontologie et Normes d'exercice*, 2e Édition, interdit le recours au parrainage ou aux témoignages dans les « déclarations publiques, annonces publicitaires, publicités dans les médias et activités promotionnelles ».

L'enjeu :

Le recours aux témoignages de la part des membres semble se multiplier, peut-être parce que les sites Web sont maintenant devenus l'un des principaux moyens qu'utilisent les membres pour promouvoir leur pratique privée. Les membres se servent également de sites de médias sociaux professionnels comme LinkedIn, et les bailleurs de fonds et employeurs pourraient demander des témoignages de clients plutôt que des statistiques.

La préoccupation :

Alors que les parrainages et les témoignages peuvent être des outils promotionnels efficaces, ils sont interdits pour des raisons importantes, dont les suivantes :

- Les témoignages pourraient créer une sorte de relations duelles selon lesquelles les clients pourraient arriver à croire qu'ils ont des relations différentes avec le membre en raison du parrainage qu'ils ont donné. Les membres doivent faire... « la distinction entre leurs besoins et intérêts personnels et ceux de leurs clients afin de veiller, dans le cadre de leurs relations professionnelles, à placer les besoins et intérêts de leurs clients au premier plan ».
- Les témoignages ont tendance à être associés à des questions privées dont le but est de vendre un produit ou un service, plutôt qu'à offrir des services professionnels.

- Les témoignages ont tendance à être associés à la « vente » de services et pourraient être partiaux ou trompeurs. Ils pourraient ne pas aider les particuliers à faire des choix judicieux au sujet du professionnel avec qui ils désirent travailler.

Si vous avez d'autres questions au sujet de cet enjeu, ou d'autres préoccupations au sujet de la pratique ou autre dilemmes éthiques, veuillez contacter le Service de la pratique professionnelle.

1. Manuel *Code de déontologie et Normes d'exercice*, 2e Édition, Principe 1 : Relations avec les clients, interprétation 1.6

« Je suis **qualifiée** pour servir le public parce que j'ai suivi des études spécialisées et je participe au programme de formation professionnelle continue. Chaque jour, j'essaie d'apporter des soins et des services de meilleure qualité. Je suis une travailleuse sociale inscrite. »

– ALISONE ADIE, TSI

