



AIDE-MÉMOIRE

OBLIGATIONS DÉONTOLOGIQUES POUR LES MEMBRES EN PRATIQUE PRIVÉE

Dans le cadre de sa mission de protection du public, l'Ordre met à la disposition des CRHA | CRIA exerçant en pratique privée cet outil qui se veut un aide-mémoire à propos de certaines obligations déontologiques. Plusieurs de celles-ci s'appliquent également aux CRHA | CRIA exerçant en entreprise.

À noter que cet outil ne constitue pas une interprétation de votre Code de déontologie ni des règlements professionnels. Il a pour objectif de vous rappeler quelques bonnes pratiques, mais vous devez toujours vous référer au Code de déontologie et aux règlements professionnels pour toute question ou précision.

CRHA

Ordre des conseillers
en ressources
humaines agréés

SAVIEZ-VOUS QUE...

Vous avez l'obligation d'inscrire votre titre professionnel dans vos communications et vos documents.

En tant que professionnel agréé en ressources humaines, vous possédez les compétences nécessaires pour faire des recommandations à vos clients. Lorsque vous agissez comme consultant, vous émettez des avis, des conseils et des recommandations. Il s'agit de gestes professionnels dont vous êtes directement responsable. Votre Code de déontologie prévoit que vous avez l'obligation de vous identifier auprès de votre client comme étant membre de l'Ordre. Inscrire votre titre professionnel dans vos communications, sur votre carte professionnelle, sur votre papier à en-tête et dans votre matériel publicitaire indique au client que vous êtes bien un CRHA | CRIA¹.



Votre cabinet de consultation doit répondre à des critères bien établis².

- Votre Code de déontologie et le Règlement sur la procédure de conciliation et d'arbitrage des comptes des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés doivent être mis à la disposition de vos clients.
- Votre permis de l'Ordre doit être affiché à la vue des visiteurs.
- Il est possible d'afficher plusieurs diplômes si vous appartenez à plus d'un ordre professionnel et que ces diplômes sont en rapport avec votre profession.
- Près de votre cabinet, vous devez mettre à la disposition des visiteurs un local séparé de votre bureau destiné à recevoir les clients à l'abri des oreilles indiscrètes. Par exemple, une pièce ou une salle de conférence fermée et bien isolée.
- Vous devez aménager les locaux où vous rencontrez vos clients de manière à ce que le comportement et les conversations des personnes qui s'y trouvent ne puissent être perçus de l'extérieur.

Là où vous exercez votre activité, vous devez disposer d'un local ou d'un meuble que vous pouvez fermer à clé.

Le public est en droit de s'attendre à ce que les renseignements fournis à un professionnel soient toujours conservés en toute confidentialité. C'est pourquoi vous devez toujours protéger les renseignements qui vous sont confiés en gardant vos dossiers dans un local ou un meuble auquel le public n'a pas librement accès et qui peut être fermé à clé ou autrement³. Cette règle s'applique en toute circonstance, que vous soyez à votre cabinet, à votre résidence, chez un client ou sur la route.

Lorsque vous utilisez l'informatique ou toute autre méthode pour l'ouverture ou la conservation de vos dossiers, vous devez également vous assurer que la confidentialité des renseignements est protégée⁴. Les unités de stockage et de transport que vous utilisez (p. ex. : disque dur externe, clé USB, nuage) doivent toujours faire l'objet de mesures de sécurité, telles que l'utilisation d'un mot de passe ou d'un code d'accès, de même que votre ordinateur portable. Vous pouvez, par exemple, le ranger dans un meuble fermé à clé.

Lorsque vous êtes sur la route, vous devez toujours avoir avec vous trois éléments :



1) Votre permis de l'Ordre⁵

Il est important de vous identifier auprès du public comme étant un membre de l'Ordre. En tant que consultant, cela assure aussi à votre client que vous bénéficiez d'une assurance responsabilité professionnelle et que vous êtes soumis à des obligations déontologiques.



2) Votre Code de déontologie⁶

Votre Code de déontologie est un guide indispensable pour la prise de décision. L'avoir toujours en main vous permet, par exemple, d'expliquer à votre client que vous ne pouvez pas accepter un mandat ou poser un geste contrevenant à vos obligations déontologiques.



3) Le Règlement sur la procédure de conciliation et d'arbitrage des comptes des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés⁷

Lorsque vous avez un différend avec votre client relativement au compte d'honoraires, le Règlement sur la procédure de conciliation et d'arbitrage des comptes des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés offre une procédure de conciliation gratuite menée par le syndic de l'Ordre. Seul votre client peut faire appel à l'Ordre pour obtenir ce service. Avoir le Règlement en main en tout temps vous permet d'en informer votre client dès qu'un différend surgit et d'éviter autant que possible des procédures judiciaires longues et coûteuses⁸.

Le mandat est le fondement de tout service professionnel.⁹

En tant que consultant, vous savez qu'obtenir un mandat clair de votre client est le meilleur moyen de bien répondre à ses besoins. En effet, le professionnel agréé doit éviter d'entreprendre des travaux pour lesquels il n'est pas suffisamment préparé ou ne dispose pas de toute l'information nécessaire. Il est donc essentiel de bien comprendre les besoins de votre client, de prendre le temps de discuter de tous les aspects du mandat qu'il désire vous confier et de consigner au dossier le plus clairement possible les conditions et les modalités sur lesquelles vous vous êtes entendus. Le meilleur moyen de vous assurer que votre client et vous êtes sur la même longueur d'onde consiste à rédiger une offre de service en bonne et due forme qui décrit explicitement les attentes du client, notamment la nature, l'étendue et les limites du mandat, de même que les actions que vous envisagez de mettre en œuvre.

À noter que vous êtes libre d'accepter ou de refuser un mandat. N'oubliez pas que vous ne devez jamais accepter un mandat qui requiert des compétences que vous n'avez pas. Vous ne devez pas non plus vous engager dans un trop grand nombre de mandats, au risque de négliger l'intérêt de vos clients ou de faillir à vos obligations professionnelles. Établir un mandat clair vous permet de mettre toutes les chances de votre côté pour offrir un service de qualité, tout en utilisant pleinement vos compétences professionnelles.

Il peut arriver qu'un fait nouveau vienne modifier l'ampleur ou les modalités du mandat en cours de réalisation. Lorsque vous vous trouvez dans une telle situation, vous devez rapidement en informer votre client et obtenir son consentement avant de poursuivre. Vous devez aussi aviser le client du coût approximatif et prévisible de ces services additionnels touchant aussi bien les déboursés que les honoraires¹⁰. La modification apportée au mandat doit bien sûr être consignée au dossier. Enfin, vous devez rendre compte régulièrement au client du progrès de l'exécution de votre mandat.



Vos recommandations doivent tenir compte de tous les aspects de la situation.¹¹

Avant de faire une recommandation à votre client, vous devez tenir compte de toutes les informations qu'il vous a données, mais aussi de tous les faits et les observations recueillies sur le sujet, y compris le fruit de vos recherches, et ce, en observant les meilleures pratiques en la matière. Vous devez à tout prix éviter de donner à votre client des avis ou des conseils contradictoires. Il est donc important de chercher à avoir une connaissance complète et approfondie des faits avant de vous prononcer.¹²

En tant que professionnel, vous devrez prendre position et identifier pour votre client la meilleure solution possible pour résoudre un problème, dans le respect des règles. Cependant, même si elle vous semble la meilleure, la solution peut comporter des risques potentiels, inhérents et prévisibles et entraîner des répercussions que vous devez absolument révéler au client. Vous devez également veiller à mentionner ces mises en garde et vos recommandations au dossier.



La publicité professionnelle n'est pas banale, elle est fortement réglementée.¹³

En matière de publicité, les règles visent à interdire des pratiques qui pourraient dévaloriser la profession en forçant les membres à s'engager dans une rivalité. Les prix cassés, les garanties absolues de succès et les témoignages de clients satisfaits sont proscrits dans la publicité professionnelle.

En tant que professionnel, vous devez vous assurer que la publicité qui vous concerne respecte les exigences du Code de déontologie. Votre publicité professionnelle doit respecter les critères suivants :

- Votre nom et votre titre professionnel doivent toujours apparaître dans votre publicité.¹⁴
- À titre de CRHA | CRIA, vous détenez des connaissances spécialisées dans des domaines de pratique propres à la profession. Si, dans votre publicité, vous vous attribuez des habiletés, des qualités ou un niveau de compétence supérieurs à ceux qui sont généralement assurés par les autres membres de la profession, vous devez être en mesure de le justifier.¹⁵ Par exemple, lorsque vous prétendez être expert d'une technique, d'un outil ou d'une méthode particulière (p. ex. : coach, médiateur, spécialiste en évaluation psychométrique, etc.), vous devez détenir la formation ou la certification qui en fait foi. Il en va de même si vous attribuez à vos services un avantage particulier, certaines caractéristiques de rendement ou encore une promesse d'en retirer un avantage pécuniaire : vos propos doivent s'appuyer sur une méthodologie rigoureuse et valide, par exemple sur les résultats d'études scientifiques.
- Les témoignages d'appui ou de reconnaissance qui vous concernent ou qui concernent votre cabinet sont interdits.¹⁶ Vous ne pouvez donc jamais publier des témoignages de clients satisfaits, même s'il s'agit du PDG d'une grande compagnie pour laquelle vous avez effectué un mandat. Toutefois, il existe une exception à ce principe : les prix d'excellence, les bourses et autres mérites soulignant votre contribution à la profession sont autorisés.
- Vous ne pouvez dénigrer ou dévaloriser un membre de l'Ordre ou tout autre professionnel dans votre publicité.¹⁷
- Vous devez conserver une copie intégrale de toute publicité durant au moins 3 ans suivant la date de sa dernière diffusion ou publication et en remettre une copie au syndicat au besoin.¹⁸

¹ Articles 32 et 33 al. 2 par. 1 du Code de déontologie.

² Section III du Règlement sur la tenue des dossiers et des cabinets de consultation des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec.

³ Article 2.05 du Règlement sur la tenue des dossiers et des cabinets de consultation des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec.

⁴ Articles 1.03 et 2.05 du Règlement sur la tenue des dossiers et des cabinets de consultation des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec.

⁵ Article 3.03 du Règlement sur la tenue des dossiers et des cabinets de consultation des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec.

⁶ Article 3.04 du Règlement sur la tenue des dossiers et des cabinets de consultation des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec.

⁷ Article 3.04 du Règlement sur la tenue des dossiers et des cabinets de consultation des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec.

⁸ Article 2.02 du Règlement sur la procédure de conciliation et d'arbitrage des comptes des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés.

⁹ Articles 4, 5 et 18 du Code de déontologie.

¹⁰ Article 42 du Code de déontologie.

¹¹ Article 39 du Code de déontologie.

¹² Article 38 du Code de déontologie.

¹³ Section XI du Code de déontologie.

¹⁴ Article 61 du Code de déontologie.

¹⁵ Article 63 du Code de déontologie.

¹⁶ Article 64 du Code de déontologie.

¹⁷ Article 65 du Code de déontologie.

¹⁸ Article 70 du Code de déontologie.

Besoin d'information ?

514 879 1636
1 800 214-1609

deontologie@ordrecrha.org

CRHA
Ordre des conseillers
en ressources
humaines agréés