

Code de déontologie du ROSEPH

Avant-propos

Le but du Code de déontologie est d'affirmer et de promouvoir, dans le contexte du ROSEPH, les droits des usagers ainsi que des conduites attendues des personnes travaillant dans le regroupement.

Le Code de déontologie est un guide orientant les actions et les décisions des personnes oeuvrant auprès de la clientèle desservie par les organisations membres du regroupement et permettant aux diverses clientèles de connaître leurs droits et obligations.

Le code de déontologie engage l'ensemble des membres du regroupement, conseils d'administration, autres bénévoles, stagiaires, personnels, autres intervenants et clientèles (usagers et partenaires).

Il doit entraîner un consensus le plus large possible par rapport aux pratiques et conduites jugées acceptables et respectueuses des droits des diverses clientèles et des partenaires desservis par les organisations membres du regroupement.

L'outil doit pouvoir servir tant au niveau des clientèles que du personnel, des bénévoles, des stagiaires et des autres intervenants et des conseils d'administration des diverses organisations membres.

Il doit être clair et simple. Tous doivent le connaître et pouvoir y référer, le cas échéant.

Un code de déontologie doit permettre de se questionner et de réfléchir.

Le code de déontologie doit prendre en considération les principes et valeurs véhiculés par le regroupement.

L'éthique est l'ensemble des valeurs morales et des normes qui définissent les rapports entre les êtres humains.

C'est aussi une manière d'être et de se comporter vis-à-vis des :

- clients
- collègues
- supérieurs
- partenaires
- etc.

L'éthique encadre donc des gestes posés ou à poser envers certaines catégories d'individus.

Les principes, les valeurs et les normes

Chacun des principes décrits doit être interprété et appliqué eu égard aux différentes circonstances et chaque cas est un cas d'espèce.

Les principes visent à guider l'intervenant et le gestionnaire dans l'ensemble des décisions qu'il a à prendre et à le guider plus particulièrement lorsque surviennent des situations difficiles.

Principe 1 : Le respect de la dignité de la personne

Ce principe met l'accent sur les droits moraux des personnes desservies par les organisations membres du regroupement ainsi que sur les droits des personnes faisant partie de notre environnement.

Le respect de la dignité de la personne veut dire que chaque être humain doit être traité comme personne, une fin en soi, et non pas comme un objet ou un moyen à prendre pour arriver à une fin.

Ce principe reconnaît que toute personne a une valeur innée en tant qu'être humain.

Les principales valeurs découlant de ce principe sont le respect et la confidentialité.

Découlent de ce principe les normes de déontologie suivantes :

Normes applicables à tous, soit les clients et les intervenants :

1. Travailler et agir dans un esprit d'équité.
2. Utiliser un langage respectueux de la dignité des autres ;
3. S'abstenir de toute forme de harcèlement, y compris le harcèlement sexuel ;
4. S'abstenir de tout acte de violence, qu'il soit verbal, physique ou psychologique, envers les clients ou envers ses collègues, bénévoles, stagiaires, intervenants ou membres du conseil d'administration
5. Communiquer avec toute personne et en tout temps avec honnêteté, courtoisie, respect, politesse et amabilité.

Normes applicables aux intervenants, soit les membres du personnel, les stagiaires, les membres du conseil d'administration et les autres bénévoles

6. Traiter le client avec respect, politesse, amabilité et courtoisie.
7. S'assurer de répondre aux interrogations du client et donner les explications nécessaires à la compréhension et l'appréciation des services qui lui sont offerts et rendus.
8. Le client doit être respecté quant à son intimité et à sa vie privée.

9. Tenir strictement confidentiels tous les renseignements de quelque nature qu'ils soient et qui ont rapport aux clients. Toute communication relative à un client doit s'effectuer dans le respect des droits du client et ne viser que le mieux-être de ce dernier.
10. Obtenir un consentement libre et éclairé de la part du client pour la transmission d'informations à l'externe.
11. Établir et utiliser des formulaires de consentement de la part des clientèles desservies par les intervenants.
12. Recueillir et explorer seulement l'information qui se rapporte à l'objectif auquel la personne a consenti.
13. Manipuler, accumuler et transférer tous les documents, écrits ou non écrits (dossiers informatisés, bandes vidéo) de façon à protéger leur sécurité et leur caractère privé. Ceci implique de prévoir des mesures pour disposer des dossiers en cas de transfert de dossier.
14. Prendre soin de ne pas divulguer de l'information obtenue sur des clients, des collègues, des étudiants ou stagiaires, des bénévoles ou des membres du conseil d'administration.
15. Assurer un environnement propre, accueillant, salubre et sécuritaire.
16. Agir de façon à prévenir ou à corriger les pratiques qui sont injustement discriminatoires ;

Principe 2 : La prestation de services responsables

Ce principe fait état de la compétence exigée de la part des intervenants et du personnel des organisations membres du regroupement.

Les services doivent se donner de façon à respecter la dignité de tout individu. On entend par intervenants autant le personnel, que les bénévoles, les stagiaires ou les membres du conseil d'administration.

Ce principe s'applique, en y faisant les concordances nécessaires tant à l'organisme qu'aux individus qui en font partie.

Les principales valeurs découlant de ce principe sont le respect, la compétence, l'ouverture d'esprit et la responsabilité.

Découlent de ce principe les normes de déontologie suivantes

Normes applicables aux intervenants, soit les membres du personnel, les stagiaires, les membres du conseil d'administration et les autres bénévoles

17. N'exercer que les fonctions pour lesquelles leur compétence est établie ;
18. Promouvoir et protéger le bien-être des clients ;
19. Se tenir informé du développement des connaissances et des dernières méthodes afin que leurs services puissent bénéficier aux personnes auxquelles ils sont destinés ;

20. Tenir compte, dans la prestation des services à la clientèle, de leur contexte social, de leurs antécédents, de leur culture, de leurs croyances et de leurs valeurs personnelles ;
21. S'efforcer d'obtenir le meilleur service possible pour ceux qui en font la demande. Ceci peut impliquer la référence à d'autres services si nécessaire ;
22. Fournir en autant que cela est possible des services coordonnés avec les autres intervenants afin d'éviter les dédoublements ou les malentendus pour le client ;
23. Encourager ses collègues de travail à prodiguer des services responsables

Principe 3 : L'intégrité dans les relations professionnelles

On s'attend à ce que tous les intervenants (membres du conseil d'administration, autres bénévoles et personnels) fassent preuve du plus haut niveau d'intégrité dans tous les rapports.

Ces attentes font référence aux valeurs suivantes : l'exactitude et l'honnêteté, la franchise et l'ouverture d'esprit ; l'évitement des conflits d'intérêts.

Découlent de ce principe les règles de déontologie suivantes :

Normes applicables aux intervenants, soit les membres du personnel, les stagiaires, les membres du conseil d'administration et les autres bénévoles

24. Éviter toute situation de conflit d'intérêts ce qui implique notamment :
 1. Ne pas accepter de l'argent ou autre bénéfice en échanges de services ;
 2. Ne pas référer un client à une organisation de laquelle on retire des bénéfices ;
 3. Ne pas solliciter un client au bénéfice de sa propre pratique privée, le cas échéant ;
 4. Ne pas prendre avantage d'un client d'un point de vue physique, émotif ou financier
 5. Ne pas accepter de l'argent ou autre bénéfice en échanges de services rendus à l'endroit des employés ;
25. Ni participer, ni encourager, ni être associé à la malhonnêteté, à la fraude ou à de fausses représentations.
26. S'assurer que sa relation avec le client s'établit sur une base professionnelle
27. Présenter clairement et honnêtement les informations et les motifs des actions et des services offerts à la clientèle.
28. L'organisme membre, avec son autonomie et ses propres orientations, s'engage à travailler dans le respect des autres membres du regroupement.

Advenant l'adoption de nouvelles orientations concernant, entre autre, l'approche, les pratiques, le territoire couvert et la clientèle desservie, un organisme membre ne devra pas porter préjudice à un autre organisme membre.