



The College of Naturopaths of Ontario

LIVRE BLANC

UTILISATION DE TÉMOIGNAGES PAR LES DOCTEURS EN NATUROPATHIE DE L'ONTARIO

De l'automne 2009 au 30 juin 2015, le Conseil transitoire de l'Ordre des naturopathes de l'Ontario, tel qu'il était alors, était responsable d'établir les règlements, les normes d'exercice et les règlements qui définiraient le cadre réglementaire régissant les docteurs en naturopathie en Ontario. Le Conseil de transition est devenu, le 1^{er} juillet 2015, l'Ordre des naturopathes de l'Ontario, qui continue de réglementer la profession.

Durant la phase de transition ou de développement, plusieurs enjeux ont été soulevés au sein de la communauté naturopathique, dont l'un était l'utilisation de témoignages par la profession dans leurs publicités auprès du public.

Ce Livre blanc explorera plusieurs questions entourant l'utilisation des témoignages par les DN en Ontario. Nous rappelons aux lecteurs qu'il s'agit d'un **processus d'établissement des faits** dirigé par le conseil de l'Ordre; aucune décision n'a été prise pour donner suite aux questions soulevées dans le présent document. À la fin de cette consultation, le conseil de l'Ordre sera informé de la consultation et des résultats afin de fournir une orientation sur les prochaines étapes, le cas échéant.

Contexte – Pourquoi les témoignages pourraient être importants pour la profession

Les professionnels de la santé réglementés en Ontario ne sont pas égaux, et il n'y a aucune exigence dans la législation qui suggère qu'ils devraient tous être traités de manière égale. Un examen des différentes professions mettrait en lumière de nombreux domaines où il existe des inégalités; cependant, la plus grande concerne la façon dont un professionnel de la santé est rémunéré et par qui. Les méthodes de paiement les plus connues pour les professionnels de la santé incluent :

- Le Régime d'assurance-santé de l'Ontario (Assurance-santé), qui paie les médecins et chirurgiens de l'Ontario pour les services qu'ils fournissent aux patients par l'entremise de la rémunération à l'acte.
- Le financement public, qui voit le gouvernement ontarien financer les soins de santé en finançant les institutions publiques qui fournissent leurs services. Cela inclurait les hôpitaux publics et autres établissements de santé.
- Le financement privé, dans le cadre duquel le patient paie directement les services sans aucun financement gouvernemental. Souvent, mais pas toujours, le financement privé est soutenu par des régimes d'assurance privés qui paient certains des services, mais pas nécessairement tous.

Il existe de nombreux professionnels de la santé réglementés qui dépendent exclusivement du financement privé, notamment la chiropratique, la naturopathie, la massothérapie et l'optométrie. Le financement privé crée un marché concurrentiel où les professionnels doivent faire de la publicité et promouvoir leurs services auprès du public afin de rassembler une base de patients suffisante pour soutenir l'exercice de leur profession. Ce marché

compétitif est renforcé par l'un des principaux principes fondamentaux de la Loi sur les professions de la santé réglementées et les différentes dispositions législatives propres à une profession qui a des champs d'exercice qui se chevauchent. Beaucoup des mêmes services sont fournis par deux professions de la santé réglementées ou plus, ce qui entraîne une concurrence directe pour des fonds limités en soins de santé privés.

Définition de « témoignages »

Le Larousse définit un témoignage comme une « déclaration orale ou écrite attestant les qualités de quelqu'un ». Le site La langue française définit un témoignage comme « un acte par lequel une ou plusieurs personnes attestent d'un fait, de manière orale ou écrite ».

À l'aide de ces définitions et des connaissances générales, il est possible d'établir ce qui suit comme compréhension globale de ce qu'est un témoignage et de son objectif général :

- Il s'agit d'une déclaration ou d'une recommandation d'un client, d'un usager ou d'un utilisateur de produits ou de services, partageant son expérience positive avec l'organisation, le produit ou le service.
- Ils sont couramment utilisés en marketing et en publicité pour bâtir la confiance et la crédibilité.
- Ils visent à influencer les clients potentiels ou actuels à acheter le produit ou le service.

Il existe quatre types connus de témoignages, notamment :

- Témoignages d'experts – de la part de professionnels ou d'influenceurs dans un domaine pertinent.
- Témoignages de clients – de la part d'acheteurs satisfaits.
- Témoignages de pairs – venant de personnes identiques au public ciblé par la publicité.
- Recommandations de célébrités – témoignages de personnalités publiques bien connues.

En termes généraux, les témoignages ne devraient pas être considérés comme négatifs. Dans un monde où la concurrence est féroce et où les gens ont peu d'argent à consacrer aux soins de santé privés, nous cherchons souvent les bonnes personnes pour nous aider et le fait de savoir que d'autres qui se trouvent dans des situations semblables ont reçu l'aide d'un professionnel de la santé peut être un outil précieux.

Les risques d'autoriser les témoignages dans la publicité des professions de la santé

Bien qu'il ne semble pas exister de source unique et faisant autorité sur le sujet, plusieurs publications du secteur des soins de santé et des assureurs parlent des risques de permettre à un professionnel de la santé réglementé d'utiliser des témoignages dans sa publicité. Voici un résumé des renseignements recueillis jusqu'à présent; toutefois, il ne s'agit pas d'une recherche exhaustive.

Certains professionnels se voient interdire d'utiliser des témoignages dans leur publicité pour des raisons éthiques, juridiques et réglementaires. C'est particulièrement courant dans les domaines où la confiance, l'objectivité et la protection du public sont primordiales.

1. Maintenir l'intégrité professionnelle

Tous les professionnels réglementés sont tenus de respecter des normes éthiques élevées. Cela est vrai pour les professionnels de la santé réglementés, la profession juridique, l'ingénierie et la comptabilité, entre autres. Lorsque des renseignements critiques doivent être divulgués à un professionnel réglementé afin d'obtenir ses services, le client doit avoir confiance en l'éthique de cette personne. Les témoignages peuvent :

- créer des attentes irréalistes quant aux résultats.
- être trompeurs, surtout s'ils ne reflètent pas les résultats habituels.
- nuire à l'objectivité des relations professionnelles.

2. Protéger les clients vulnérables

Les patients ou clients qui sollicitent l'aide d'un professionnel réglementé de la santé ou d'autres professions réglementées se trouvent souvent dans des situations vulnérables. Ces personnes se trouvent souvent dans des situations difficiles, voire dangereuses, et dépendent du bon jugement et de l'éthique des professionnels. Les témoignages pourraient :

- exploiter l'état émotionnel des clients potentiels.
- faire pression sur les individus pour qu'ils prennent des décisions basées sur l'attrait émotionnel plutôt que sur un jugement éclairé.

3. Difficulté à vérifier les affirmations

Les témoignages sont souvent subjectifs et non vérifiables. Ils sont généralement produits par des personnes inconnues qui n'ont pas nécessairement une relation avec un professionnel. En termes généraux, les organismes de réglementation visent à s'assurer que toute la publicité :

- est honnête,
- est fondée sur des données probantes,
- n'est ni trompeuse ni exagérée.

4. Évitement des conflits d'intérêts

Dans certains cas, les témoignages peuvent provenir de personnes ayant reçu un traitement préférentiel ou des incitatifs, ce qui compromet la crédibilité de la recommandation.

5. Violation de la confidentialité des patients

Même avec leur consentement, l'utilisation de témoignages de patients peut risquer de violer la LPRPS ou d'autres lois sur la protection de la vie privée, si cela n'est pas traité avec une extrême prudence. Tout renseignement identifiable doit être protégé et explicite; un consentement éclairé est requis. Des témoignages auraient pu être obtenus :

- Sans le consentement du patient.
- Avec le consentement du patient, mais en raison d'une pression induite ou sans information suffisante

concernant ce qui serait utilisé et la manière dont cela serait utilisé.

L'extrait suivant de la Norme publicitaire de l'Ordre des audiologistes et orthophonistes de l'Ontario résume très bien les préoccupations concernant les témoignages.

« Les témoignages sont interdits parce qu'ils reflètent l'expérience subjective d'une seule personne. Comme les besoins et les situations sont uniques à chaque patient, l'expérience des soins de santé de l'un sera différente de celle d'un autre. Les témoignages sont faits pour exprimer des expériences vécues, souvent positives, mais ils ne sont pas fiables et ils sont biaisés parce qu'ils ne représentent pas un point de vue équilibré. De plus, les patients peuvent se sentir obligés de fournir un témoignage ou en donner un qui repose sur des facteurs qui n'ont rien à voir avec la qualité des services de santé reçus. »

Peut-on prendre en compte les risques liés aux témoignages pour permettre leur utilisation?

Les témoignages concernant les professionnels de la santé peuvent être autorisés sous certaines conditions, mais ils doivent être soigneusement réglementés afin de s'assurer qu'ils sont éthiques, légaux et ne compromettent pas la santé, la sécurité ou la vie privée des patients. Voici quelques considérations pour réglementer un environnement où les témoignages pourraient être autorisés.

1. Consentement éclairé et volontaire

Les patients doivent donner un consentement explicite et éclairé pour l'utilisation de témoignages. Cela comprend :

- La compréhension de la manière et de l'endroit où le témoignage sera utilisé.
- L'assurance que leurs soins ne seront pas affectés par leur décision de donner ou non un témoignage.
- La capacité du patient à retirer son consentement à tout moment est importante.

2. Conformité aux lois sur la vie privée (par exemple, LPRPS)

Les témoignages ne doivent pas divulguer de renseignements personnels sur la santé à moins que le patient n'ait signé un formulaire d'autorisation valide. Même des identifiants indirects (comme les détails du traitement ou les heures de rendez-vous) peuvent violer la vie privée s'ils ne sont pas gérés correctement.

3. Évitement de l'influence induite

Les professionnels de la santé doivent éviter de solliciter des témoignages auprès de :

- Patients actuels – cela est dû au déséquilibre de pouvoir entre le professionnel de la santé et son patient, ainsi qu'au risque que le patient ait été incité à fournir le témoignage.
- Personnes vulnérables – cela s'explique par la possibilité qu'elles se sentent obligées de se conformer ou d'accepter une demande.

À la place, les témoignages pourraient provenir :

- D'anciens clients (avec prudence et après un certain temps).
- De collègues, de participants à des ateliers ou de membres de la communauté.

4. Contenu véridique et représentatif

Les règlements régissant l'utilisation des témoignages devraient s'assurer que les témoignages eux-mêmes :

- reflètent des résultats typiques, pas des cas exceptionnels ou extraordinaires.
- sont vérifiés et non exagérés.
- incluent des avertissements lorsqu'ils sont appropriés (par exemple, « les résultats individuels peuvent varier »).

5. Supervision professionnelle

Les ordres de réglementation qui envisagent de permettre les témoignages peuvent :

- fournir des normes et des lignes directrices claires pour l'utilisation des témoignages.
- exiger l'examen et l'approbation des documents publicitaires.
- appliquer des mesures disciplinaires en cas de mauvais usage.

6. Encadrement éthique

Les témoignages devraient être soigneusement rédigés et ne devraient pas :

- faire appel aux émotions.
- promettre des remèdes ou des résultats garantis.
- nuire à la relation entre le professionnel et le client.

Pour résumer, bien que les témoignages puissent être des outils puissants pour renforcer la confiance et la visibilité, leur utilisation dans le domaine de la santé doit être strictement contrôlée afin de protéger les patients et de maintenir les normes professionnelles.

L'environnement ontarien

Comme c'est généralement le cas, l'Ordre a consulté les autres ordres de l'Ontario pour déterminer si et sous quelles conditions les témoignages sont permis. Cela a été accompli des façons suivantes :

1. En consultant le Règlement sur la faute professionnelle pris en application de la loi propre à la profession.
2. En consultant le règlement Dispositions générales pris en application de la loi propre à la profession.
3. En vérifiant si des normes d'exercice quelconques parlent de la publicité et des témoignages.

Au moment de la rédaction de ce Livre blanc, 29 professions de la santé réglementées sont actuellement réglementées sous l'égide de 26 ordres de réglementation de la santé. Parmi ceux-ci :

- Vingt interdisent spécifiquement l'utilisation de témoignages, que ce soit dans le Règlement sur la faute professionnelle, le règlement Dispositions générales ou une norme d'exercice de la profession.
- Deux permettent des témoignages sous certaines conditions ou exigences.
- Quatre n'abordent les témoignages sous aucune forme réglementaire, et on présume qu'ils sont autorisés.

L'annexe 1, un résumé des résultats de cette analyse, est jointe à ce livre blanc pour le lecteur.

Considérations en matière de consultation

1. Compte tenu des renseignements fournis dans ce Livre blanc, les témoignages devraient-ils être autorisés, avec ou sans conditions ou paramètres réglementaires supplémentaires? (Oui ou non).
2. L'avantage pour la profession d'encourager les témoignages est une plus grande liberté dans la publicité et le potentiel d'augmenter le nombre de patients dans leur cabinet. Quel est l'avantage pour l'intérêt public d'autoriser des témoignages?
3. L'Ordre des Chiropraticiens de l'Ontario (OCO), par l'entremise de sa norme d'exercice sur la communication avec le public, permet des témoignages qui mentionnent les bienfaits de la chiropratique et :
 - i. sont exacts, vérifiables et consignés dans le dossier de santé du patient;
 - ii. sont utilisés uniquement avec le consentement écrit du patient;
 - iii. ne sont pas obtenus au moyen de pression indue, de contrainte, de coercition ou d'incitatifs;
 - iv. incluent un avertissement indiquant que les résultats du témoignage peuvent ne pas être typiques pour tous les patients ou que les résultats des patients peuvent varier;
 - v. n'incluent aucun renseignement, témoignage ou récit concernant le fait que le membre aurait pris soin de sa propre famille;
 - vi. sont autrement conformes et cohérents avec le champ d'exercice de la chiropratique, la législation sur la vie privée, et les normes, politiques et lignes directrices de l'OCO.

Cette approche suffit-elle pour que l'exercice de la naturopathie permette des témoignages?

4. Y a-t-il d'autres approches suggérées pour permettre les témoignages tout en maintenant l'intégrité professionnelle?

Témoignages parmi les professions de la santé réglementées de l'Ontario

Profession	Permis	Permis, mais restreints	Interdits	Disposition dans le Règlement sur la faute professionnelle et les Normes d'exercice
Audiologistes et orthophonistes			×	Ce n'est pas abordé dans le RFP. La norme d'exercice sur la publicité de l'OAAO interdit strictement l'utilisation de témoignages.
Podologues			×	Ce n'est pas abordé dans le RFP. La norme d'exercice sur la publicité stipule que toute publicité ne doit pas contenir de recommandations, de témoignages ou quoi que ce soit qui est faux ou trompeur.
Chiropraticiens		×		Ce n'est pas abordé dans le RFP. La norme d'exercice en matière de communication avec le public permet des témoignages qui font référence aux bienfaits de la chiropratique et : (i) sont exacts, vérifiables et consignés dans le dossier de santé du patient; (ii) sont utilisés uniquement avec le consentement écrit du patient; (iii) ne sont pas obtenus au moyen de pression indue, de contrainte, de coercition ou d'incitatifs; (iv) incluent un avertissement indiquant que les résultats du témoignage peuvent ne pas être typiques de tous les patients ou que les résultats des patients peuvent varier, (v) n'incluent aucun renseignement, témoignage ou récit concernant le fait que le membre aurait pris soin de sa propre famille, et (vi) sont autrement conformes et cohérents avec le champ d'exercice de la chiropratique, la législation sur la vie privée, et les normes, politiques et lignes directrices de l'OCO.
Hygiénistes dentaires			×	6. [traduction] (1) Une publicité concernant les activités professionnelles d'un membre ne doit pas contenir (e) un témoignage d'un patient ou d'un ancien patient ou de la part d'un ami ou d'un parent d'un patient ou ancien patient;
Technologues dentaires			×	Non abordé dans le RFP; cependant, la Partie II du règlement Dispositions générales régit la publicité et interdit spécifiquement l'utilisation de témoignages.
Dentistes			×	57. [traduction] Ne pas prendre de mesures raisonnables pour s'assurer que tout renseignement fourni à l'Ordre par le membre ou en son nom est exact. La ligne directrice des pratiques publicitaires précise que les témoignages ne devraient pas être inclus dans la publicité.
Denturologistes			×	32.1 Utiliser ou permettre que soit utilisé le témoignage d'un patient, d'un ancien patient ou d'une autre personne en ce qui concerne les activités professionnelles du membre.
Diététistes			×	Non abordé dans le RFP; cependant, la norme d'exercice sur la publicité et le marketing interdit l'utilisation des témoignages.
Homéopathes			×	Utiliser ou permettre que soit utilisé le témoignage d'un patient, d'un ancien patient ou d'une autre personne dans la publicité concernant le membre ou ses activités professionnelles.
Kinésiologues			×	30. Utiliser ou permettre que soit utilisé le témoignage d'un client, d'un ancien client ou d'une autre personne en ce qui concerne les activités professionnelles du membre.

Massothérapeutes			×	6.(2) La publicité concernant un membre ou l'exercice de la profession du membre ne doit pas comprendre ce qui suit : d) tout témoignage d'une personne, y compris un client, un ancien client ou un ami ou membre de la parenté d'un client ou d'un ancien client;
Technologistes de laboratoire médical	×			Non abordé dans le RFP et aucune norme mentionnant les témoignages n'a été trouvée.

Profession	Permis	Permis, mais restreints	Interdits	Disposition dans le Règlement sur la faute professionnelle et les Normes d'exercice
Technologues en radiation médicale et en imagerie médicale			×	Non abordé dans le RFP; cependant, la partie I du règlement Dispositions générales établit des règles régissant la publicité et interdit spécifiquement l'utilisation des témoignages.
Médecins			×	Non abordé dans le RFP; cependant, la Partie II du règlement Dispositions générales établit des règles régissant la publicité et interdit spécifiquement l'utilisation de témoignages.
Sages-femmes	×			Non abordé dans le RFP et aucune norme mentionnant les témoignages n'a été trouvée. L'Ordre indique que, puisque les sages-femmes sont financées publiquement, il y a peu de concurrence et peu de besoin pour les sages-femmes de faire de la publicité ou de faire la promotion de leurs services à l'aide de témoignages. Il n'y a pas vraiment de communauté de pratique à cet égard. Cela dit, si nous estimons qu'un témoignage est extrême d'une manière ou d'une autre, nous pourrions envisager de prendre des mesures en fonction des normes ou dispositions du Règlement sur la faute professionnelle.
Naturopathes			×	28. Utiliser ou permettre que soit utilisé le témoignage d'un patient, d'un ancien patient ou d'une autre personne en ce qui concerne les activités professionnelles du membre.
Infirmières et infirmiers	×			Non abordé dans le RFP et aucune norme mentionnant les témoignages n'a été trouvée.
Ergothérapeutes			×	Non abordé dans le RFP; cependant, la publicité est régie par le règlement Dispositions générales. 21. [traduction] (1) Une annonce concernant les activités professionnelles d'un membre ne doit contenir que des renseignements factuels et vérifiables qu'une personne raisonnable jugerait pertinentes pour choisir un ergothérapeute. Règl. de l'Ont. 226/96, par. 21 (1). (2) Une publicité concernant les activités professionnelles d'un membre ne doit pas contenir (a) quoi que ce soit qui est faux ou qui, en raison de l'inclusion ou de l'omission de renseignements, est trompeur ou mensonger; (b) quoi que ce soit qui n'est pas facilement compréhensible pour le public auquel il s'adresse; (c) tout témoignage ou toute déclaration comparative ou superlative; (d) toute référence à une marque particulière de médicament, d'appareil ou d'équipement. Règl. de l'Ont. 226/96, par. 21 (2). (3) Une publicité qui fait référence aux honoraires pour un service doit indiquer tous les coûts des services et produits inclus dans les honoraires. Règl. de l'Ont. 226/96, par. 21 (3).

Opticiens		X		Non abordé dans le RFP; cependant, la norme d'exercice sur la publicité exige que la publicité n'inclue pas : a) quoi que ce soit qui est faux ou trompeur, b) tout ce qui, en raison de sa nature, ne peut être vérifié, c) une revendication de spécialisation si l'opticien ne détient pas un certificat de spécialité délivré par l'Ordre, ou d) le nom, la photographie ou une autre ressemblance de l'opticien dans une publicité qui implique, ou pourrait raisonnablement être interprétée comme impliquant, que l'expertise professionnelle de l'opticien est pertinente par rapport au sujet de l'annonce, si, en fait, ce n'est pas le cas (Règl. de l'Ont. 219/94, par. 6 a), b)).
-----------	--	---	--	---

Profession	Permis	Permis, mais restreints	Interdits	Disposition dans le Règlement sur la faute professionnelle et les Normes d'exercice
Optométristes			X	22. [traduction] Publier ou utiliser, ou permettre sciemment la publication ou l'utilisation d'une publicité, d'une annonce ou d'une information qui promeut ou se rapporte à la prestation de services professionnels par un membre au public, que ce soit dans un document, une carte de visite, une enseigne commerciale, un site Web ou tout autre format, qui iii. contient un témoignage ou des déclarations comparatives ou superlatives,
Pharmaciens			X	Non abordé dans le RFP; cependant, la Partie XIII du règlement Dispositions générales énonce les règles régissant la publicité. Le paragraphe 44 (2), alinéa e), interdit l'utilisation de témoignages.
Physiothérapeutes	X			Non abordé dans le RFP; la norme d'exercice sur la publicité et le marketing exige que la publicité ne fasse pas d'allégations non fondées. Les témoignages ne sont pas spécifiquement interdits. Dans une FAQ sur le site Web de l'Ordre, ce qui suit est indiqué : Les témoignages peuvent être utilisés dans des publicités pour des soins de physiothérapie. Tous les témoignages doivent être vrais, vérifiables et exacts. Cela signifie qu'ils doivent être authentiquement rédigés par des patients ayant reçu des soins, et non payés ou écrits par le physiothérapeute ou le personnel de la clinique.
Psychologie et analyse comportementale appliquée			X	Non abordé dans le RFP; cependant, la publicité est régie par le règlement Dispositions générales. La partie I interdit l'utilisation des témoignages.
Psychothérapeutes			X	30. Utiliser un témoignage d'un client, d'un ancien client ou d'une autre personne dans la publicité concernant le membre ou ses activités professionnelles.
Thérapeutes respiratoires			X	Non abordé dans le RFP; cependant, la publicité est régie par le règlement Dispositions générales. La Partie III interdit l'utilisation de témoignages.
Praticiens en médecine traditionnelle chinoise et acupuncteurs			X	30. Utiliser ou permettre que soit utilisé le témoignage d'un patient, d'un ancien patient ou d'une autre personne en ce qui concerne les activités professionnelles du membre.