

n'est pas un acte autorisé et entre dans le champ d'exercice de la diététique. Il n'est pas nécessaire d'avoir une directive médicale.

Comme pour toute intervention, la diététiste doit tout d'abord confirmer qu'elle possède les connaissances, les compétences et le jugement appropriés pour agir. En outre, il est important

de vérifier que le plan de traitement inclut l'autogestion de l'apport en insuline. Cette approche ne convient peut-être pas à tous les clients. Tous les membres de l'équipe de soins doivent savoir qui sera responsable de l'enseignement et que le client sera encadré pour ajuster sa dose d'insuline en fonction de son régime alimentaire et d'autres facteurs.

## Scénario de l'exercice professionnel

### Sollicitation de clients

Jill était diététiste à son compte. Quand elle a décidé de prendre sa retraite, elle s'est organisée pour que sa collègue, Sharon, reprenne l'affaire et garde ses dossiers. Lorsque Sharon a pris la tête du bureau, elle a décidé de communiquer personnellement avec tous les clients pour leur dire qu'elle prenait la relève de Jill et leur suggérer d'envisager de prendre rendez-vous avec elle. Ce plan pose-t-il un problème?

Cette démarche est sans doute pour Sharon un moyen rapide d'établir une clientèle mais trois éléments entrent en ligne de compte :

1. En qualité de dépositaire de renseignements sur la santé, Jill avait la responsabilité de veiller à ce que ses clients sachent ce qui arriverait à leurs dossiers médicaux et comment ils pourraient y accéder après son départ à la retraite. Par conséquent, ces personnes devraient déjà savoir que Sharon a repris le bureau de Jill et qu'elle a la garde de leurs dossiers médicaux. Ils devraient aussi savoir à quel moment ce transfert a eu lieu. **À moins que Jill n'ait pas rempli son devoir de dépositaire, Sharon ne devrait pas avoir besoin de communiquer avec les clients pour leur dire qu'elle possède leurs dossiers.**
2. Le consentement, la protection des renseignements personnels sur la santé et la transparence sont les principes fondamentaux de la collecte et de l'utilisation de renseignements sur les clients. Quand ceux-ci ont reçu les services de Jill, ils n'ont peut-être pas consenti à des communications de marketing. Jill a recueilli des renseignements pour des raisons liées à leurs soins et pour les communications habituelles professionnelles. **À moins que les clients n'aient expressément consenti à recevoir**

**des communications de marketing, Sharon devrait demander uniquement à ceux dont le programme de traitement est en cours de prendre un rendez-vous.**

3. Le troisième point est que Sharon demande personnellement aux clients d'envisager de prendre un rendez-vous. Cette démarche constitue de la sollicitation personnelle. Le règlement sur la publicité que propose l'Ordre indique clairement que les membres ne peuvent pas communiquer ou autoriser qu'une personne communique ou faire en sorte qu'une personne communique avec des patients potentiels, en personne ou par téléphone, afin de s'assurer leur clientèle ([www.cdo.on.ca](http://www.cdo.on.ca) > Documentation > Règlements [en anglais seulement]). Là encore, ces communications sont différentes des communications personnelles avec un client dont le programme de traitement est en cours.

Nous avons tous eu à notre porte ou au téléphone quelqu'un qui essaie de vendre un produit ou service. Il est difficile de dire « non » à une personne qui est en face de vous ou qui vous parle directement. **Même si le but de la publicité est de diffuser des renseignements sur les services que vous fournissez, les communications directes et personnelles sont interdites parce qu'il est possible que votre interlocuteur se sente obligé d'accepter un service dont il ne veut pas ou n'a pas besoin.**

Sharon a bien d'autres moyens à sa disposition pour annoncer ses services, comme les annonces dans les Pages jaunes, des dépliants, un site Web ou de la correspondance directe fournissant des renseignements. Elle peut employer toutes sortes de moyens novateurs à condition d'éviter les contacts directs personnels avec les clients.