



CANADIAN  
LAWYERS  
INSURANCE  
ASSOCIATION

ASSOCIATION  
D'ASSURANCE  
DES JURISTES  
CANADIENS



C B E L A  
THE CANADIAN  
BAR EXCESS  
LIABILITY  
ASSOCIATION

ASSOCIATION  
D'ASSURANCE  
RÉSPONSABILITÉ  
EXCÉDENTAIRE  
DU BARREAU  
CANADIEN



A A R E B C

Éditrice: Karen L. Dyck,  
coordonnatrice du programme  
de prévention des pertes

c/o 250 rue Yonge Street  
Bureau/Suite 2900  
Toronto, Ontario  
M5B 2L7  
karen.l.dyck@gmail.com

# BULLETIN SUR LA PRÉVENTION DES PERTES

LIVRAISON NO. 62

PRINTEMPS 2015

*Pour obtenir des conseils de prévention des pertes actuels et mis à jour régulièrement, ainsi que des liens utiles, consultez eBytes. Abonnez-vous par courriel, flux RSS ou visitez souvent notre site Web: [www.clia.ca](http://www.clia.ca).*

## ■ Bulletin # 225 Naviguer les champs de mines des médias sociaux

Les médias sociaux offrent de nombreux avantages aux avocats. Créer et entretenir une présence active en ligne peut vous aider à promouvoir votre cabinet, développer une réputation de compétences dans un domaine de droit particulier, conserver vos aptitudes technologiques et vous tenir au courant de questions et inquiétudes qui préoccupent vos clients.

Mais cela présente également des risques. L'une des façons d'imaginer la navigation des médias sociaux est de comparer celle-ci à une promenade dans un champ de mines. Bien que le paysage soit agréable et qu'on puisse s'en sortir indemne, un seul mauvais pas pourrait avoir des conséquences fatales. Pour cette raison, certains éviteront complètement les champs de mines des médias sociaux. Mais cela comporte aussi des risques – par exemple, le risque que vous ne serez pas considéré adéquat ou que vous ne pourrez pas vous associer à des clients potentiels ou encore que vous raterez des occasions d'obtenir des recommandations.

Afin d'évaluer les risques et les avantages sur la façon d'utiliser ou non les médias sociaux dans votre vie professionnelle pour ensuite prendre une décision éclairée, vous devez d'abord savoir où se trouvent ces mines. Les champs de mines des médias sociaux pour les avocats incluent :

### 1. Divulguer des informations confidentielles

Le Code type de déontologie professionnelle (le « Code ») stipule que les avocats sont tenus en tout temps « de garder dans le plus grand secret tous les renseignements qu'il apprend au sujet des affaires et des activités d'un client au cours de la relation professionnelle et ne doit divulguer aucun de ces renseignements... ».

Bien qu'il vaille sans dire que les avocats ne doivent pas microbloguer ou afficher des informations confidentielles concernant leurs clients, il est peut-être moins évident que l'utilisation d'une fonction d'emplacement ou de localisation géographique activée puisse involontairement entraîner la divulgation de telles informations. Vous devez donc faire preuve de prudence et songer à éteindre de telles fonctions durant votre journée de travail, surtout lorsque vous rencontrez des clients dans leurs locaux ou dans tout autre lieu que votre propre bureau.

### 2. Créer involontairement une relation avocat-client

Vous ne voulez pas vous retrouver dans une situation où vous auriez à dire : Vous n'êtes pas un de mes clients, n'est-ce-pas? Il est possible qu'une relation avocat-client se forme lors de communications informelles, même s'il n'existe aucun mandat de représentation ou d'honoraires. Il est possible également, bien malgré vous, d'initier et de créer une relation avocat-client à l'aide d'un réseau de média social. Vous pourriez le faire par exemple à l'aide d'un échange sur Facebook ou lors d'un

échange de commentaires affichés sur LinkedIn.

Les lignes directrices qui s'appliquent en d'autres circonstances sont de mise ici également. Imaginez les soins que vous prendriez lors de la discussion d'un problème juridique durant une fête ou en répondant à une sollicitation au hasard. Il convient d'utiliser le même niveau de prudence, sinon plus important, pour vos échanges électroniques.

### 3. La tentation de dire quelque chose d'inapproprié

Sous l'impulsion du moment, avant même un second examen objectif, vous composez un commentaire empressé et appuyez sur la touche Retour.

L'avocate d'une cour d'appel du Kansas a appris à ses dépens que ce n'est pas une bonne idée lorsqu'elle a été congédiée fin 2012 après avoir affiché des microblogues cruciaux alors qu'elle observait une audience de déontologie devant la Cour suprême de l'État. L'avocate microbloguait des remarques désobligeantes au sujet de la personne faisant l'objet de l'audience, soit l'ancien procureur général de l'État. Elle citait dans sa déclaration ultérieure :

[traduction] « Je n'ai pas réfléchi lorsqu'en communiquant avec certains de mes amis sur Twitter, je communiquais également avec le public en général, ce qui n'est pas convenable pour un individu travaillant dans le système judiciaire. Je regrette que mes commentaires affichés sur Twitter – donc publics – aient été perçus comme une critique des tribunaux du Kansas. »

Bien que cela puisse sembler banal, un principe directeur quant aux échanges électroniques est de dire en ligne uniquement ce que vous seriez prêt à dire en personne. Si les paroles peuvent blesser en personne, supposez qu'elles blesseront également en ligne. Si les paroles dites ou les gestes portés peuvent faire l'objet de poursuites judiciaires dans la vie quotidienne, alors la même pensée devrait vous venir à l'idée.

### 4. Naviguer en ligne avec intégrité

L'une des raisons pour lesquelles les avocats utilisent les médias sociaux est dans le but d'obtenir des informations. Dans le cours d'une enquête pour une affaire de litige par exemple, un avocat accède à un compte Facebook immobilisé pour réunir les éléments de preuve. Face à cette situation, il pourrait être tenté d'utiliser de subterfuges, soit en prétendant être quelqu'un d'autre ou en demandant à quelqu'un d'autre d'effectuer une demande d'ajout à la liste d'amis. En procédant ainsi, l'avocat pourrait possiblement obtenir l'accès à un compte Facebook immobilisé d'une partie adverse ou d'un témoin.

Chercher à accéder à l'aide de subterfuges pose un problème de malhonnêteté et un défaut d'agir avec intégrité qui pourrait attirer l'attention du barreau. Rappelez-vous que les mêmes règles d'intégrité s'appliquent aux avocats dans leurs activités en ligne ou hors ligne. Utiliser les outils médiatiques sociaux de façon malhonnête dans le but de récolter des informations à l'appui de

---

---

vos dossier n'est jamais acceptable et pourrait entraîner des accusations d'inconduite professionnelle.

## 5. Fournir des conseils juridiques sur lesquels les autres peuvent compter

Si vous vous portez volontaire pour un événement «Consultez un avocat», écrivez des documents d'information juridique destinés au public, ou supervisez des étudiants en droit, vous êtes probablement familier avec l'importance de la distinction entre fournir de l'information juridique et donner un avis juridique. En tant qu'avocat opérant sur des réseaux de médias sociaux, vous devez vous méfier particulièrement de cette délimitation.

Que ce soit en composant des microblogues ou en fournissant des réponses à des questions lors de forums, il existe des conflits potentiels et des questions de responsabilité à considérer si l'information que vous fournissez dépasse la délimitation et devient une prestation de conseils juridiques. Lorsque vous fournissez de l'information juridique générale au moyen des médias sociaux, soyez prudent et évitez de fournir des conseils spécifiques, de demander des informations confidentielles ou de recommander un plan d'action particulier. Afin d'être extrêmement prudent, indiquez clairement dans un avis de non-responsabilité que vous ne représentez pas la personne et que vous ne fournissez pas des conseils juridiques spécifiques.

## 6. Communication avec les personnes représentées

Le Code stipule des interdictions éthiques claires relativement à la communication avec une personne représentée. Pour la plupart d'entre nous, il est très évident que lorsque qu'un conseiller juridique représente une personne dans une affaire de litige ou une transaction, toutes les communications doivent se faire par l'entremise de l'avocat.

Vous devez donc être prudent en ligne de ne pas communiquer par inadvertance avec des parties adverses représentées. Par exemple, cherchez à « entrer en contact » ou « devenir ami » avec le client d'un autre avocat peut être considéré comme communication interdite.

## 7. Faire une entorse aux règles de publicité/commercialisation

Le Code établit également des règles relativement à la commercialisation des services professionnels d'un avocat. Celles-ci interdisent l'utilisation de moyens faux ou trompeurs et exigent que la publicité des services offerts soit vraie, exacte et vérifiable et ne contienne pas une déclaration affirmant que le juriste est un spécialiste ou un expert (à moins d'être agréé dans ce domaine).

La fonction de recommandation ou d'appui comprise dans votre profil sur LinkedIn pourrait fournir des informations fausses ou trompeuses, ou enfreindre les règles si on y affirme qu'on vous considère comme un expert. De même, le profil que vous créez en ligne requiert que vous spécifiez vos domaines de compétences, susceptibles d'être une infraction aux règles de publicité.

Certains avocats préfèrent éliminer complètement la section d'appui de LinkedIn et c'est facile de le faire. Cependant, si vous choisissez de laisser cette section en place, c'est votre responsabilité d'être proactif en surveillant cette section de votre profil très attentivement. Enlevez les appuis de quiconque prétend avoir travaillé avec vous si ce n'est pas le cas, ainsi que tout appui trompeur ou révélant une fausse déclaration.

## 8. Conflits d'intérêts

Les règles relatives aux conflits d'intérêts peuvent également entrer en jeu lorsque vous êtes en ligne. Vous devriez donc examiner attentivement les individus avec qui

vous désirez être en communication à l'aide de réseaux de médias sociaux, qu'ils soient juges, anciens clients ou experts.

Lorsque vous constituez vos réseaux sociaux en ligne, soyez prudent lorsque vous invitez les autres à établir une relation s'ils sont des clients actuels ou anciens. Il est généralement de mise d'éviter d'envoyer des invitations aux clients, et les laisser plutôt établir le lien avec vous s'ils le désirent.

## Éviter les mines

En sachant où se trouvent les mines, comment pouvez-vous gérer ou éviter les risques?

## Une politique de médias sociaux efficace

- être conforme à la culture du cabinet
- faire la distinction entre les messages et les comptes professionnels et personnels
- être conforme aux politiques internes relativement à la protection de la vie privée et aux obligations professionnelles, incluant les règles de confidentialité et conflits
- être disponible pour tous les membres du cabinet et facile à comprendre
- être incluse dans la formation du personnel et pour toute nouvelle recrue

## Formez vos clients

Assurez-vous d'informer vos clients que vous ne communiquerez pas avec eux par l'entremise de médias sociaux, incluant la messagerie directe. Par la suite, évitez de le faire. Énoncez vos attentes concernant les communications électroniques dans votre lettre d'engagement. Avisez vos clients qu'ils peuvent établir un lien avec vous en ligne mais que vous ne discuterez pas de leurs affaires en utilisant ce même média.

## Réfléchissez avant de microbloguer

Ne répondez jamais sous le coup de l'émotion. Accordez-vous une période de réflexion. En cas de doute, n'appuyez pas sur la touche Retour. Il existe des outils en ligne qui vous permettent de programmer vos microblogues et les modifier avant de les afficher, par exemple, Buffer ou Hootsuite. Considérez l'utilisation de ces outils.

## Continuez hors ligne le plus tôt possible

Il est préférable de continuer la conversation hors ligne le plus tôt possible pour éviter tout manquement à l'éthique de votre part. Plus longtemps vous demeurez en ligne, plus grand est le risque d'aller à l'encontre des règles d'éthique. Encouragez les gens qui communiquent avec vous à le faire par téléphone ou à prendre un rendez-vous.

## Optez pour la prudence

Les avocats doivent présumer que les médias sociaux ne permettent pas des comportements ou des communications qui seraient inappropriés s'ils étaient faits en personne ou en utilisant des formes plus traditionnelles de communication.

Finalement, rappelez-vous qu'au fur et à mesure où les outils changent et se développent, l'application des règles de conduite professionnelle relativement à ces outils changera aussi. Ne présumez pas que les conseils d'aujourd'hui suffiront l'an prochain, ou même le mois prochain. Lorsque vous entrez dans le monde en constante évolution des médias sociaux en ligne, c'est votre obligation de toujours vous assurer de savoir ce que vous faites.

*(Basé sur une présentation faite le 22 janvier, 2015 à la conférence mi-hiver de l'Association du Barreau du Manitoba)*