

Matériel supplémentaire

Onglet 6 : Conseils pour discuter avec votre client(e)⁴⁶

Il est important de tenir compte de la sécurité des client(e)s tout au long du processus en droit de la famille et plus particulièrement lorsque vous posez des questions sur la violence familiale. Tenez compte des recommandations suivantes lorsque vous communiquez avec vos client(e)s ou les rencontrez.

1. Conseils pour une communication sûre et efficace

En plus des conseils donnés au début du [Guide AIDE](#), les conseils pratiques ci-dessous visent à promouvoir une communication sûre et efficace avec les client(e)s.

- ▶ Prêtez attention au langage verbal et non verbal de votre client(e) et soyez conscient(e) de votre langage verbal et non verbal lorsque vous interagissez avec lui(elle).
- ▶ Il est important de faire preuve de patience et de vous assurer que votre langage corporel dénote une attitude positive d'ouverture.
- ▶ Comprenez que certain(e)s client(e)s qui ont subi un traumatisme ou de la violence peuvent trouver la proximité ou le contact physique inconfortable, inapproprié ou effrayant (p. ex. leur serrer la main, s'incliner vers eux(elles), s'asseoir trop près) ou peuvent avoir besoin de s'asseoir près de la porte pour se sentir en sécurité.
- ▶ Écoutez attentivement les paroles de votre client(e) et vérifiez si vous l'avez bien compris(e).
- ▶ Reconnaissez que le(la) client(e) pourrait avoir besoin de prendre des pauses. À mesure que la discussion progresse, il est utile de demander à votre client(e) comment il(elle) va et s'il ou si elle a besoin de prendre une pause de la discussion.
- ▶ Sachez que certain(e)s client(e)s peuvent avoir de la difficulté à vous parler de leur expérience. Vous pourriez leur demander s'ils ou si elles préfèrent décrire leur expérience par écrit.

- ▶ Affichez les ressources communautaires dans la salle d'attente et le bureau. Parfois, avoir ces documents lancera la conversation. De plus, le(la) client(e) devrait toujours pouvoir en prendre, même s'il ou si elle n'a pas divulgué la violence familiale. Le fait d'offrir des liens vers des ressources communautaires sur votre site Web constitue une bonne pratique; n'oubliez pas de prévoir un bouton « sortie rapide » (qui permet de fermer la page sur laquelle la personne se trouve et d'ouvrir une autre page, par exemple un site Web météorologique) et d'autres mesures de précaution intégrées pour les sites Web qui offrent des services aux personnes victimes de violence familiale. Il peut également être utile d'afficher ouvertement des documents sur l'alliance et l'inclusion, comme des affiches sur la communauté 2SLGBTQ+ ou des panneaux pour l'accessibilité, qui pourraient aider les client(e)s à se sentir plus à l'aise.
- ▶ Soyez conscient(e) des personnes présentes. Dans la mesure du possible, vous devriez aborder le sujet de la violence familiale seul à seul avec le(la) client(e), même s'il ou si elle insiste pour que la personne qui l'accompagne soit présente tout au long de la discussion. Vous pouvez dire qu'il est essentiel pour vous d'avoir quelques minutes seul(e) avec le(la) client(e) et que la personne peut le(la) rejoindre après la conversation si le(la) client(e) le souhaite. Avant de poursuivre, assurez-vous que la discussion ne peut pas être entendue par d'autres, surtout un(e) enfant.
- ▶ Une fois seul(e) avec le(la) client(e), expliquez qu'il est important pour vous de comprendre le rôle que joue la personne qui l'accompagne. Expliquez que les renseignements sur les relations peuvent être très délicats et peuvent soulever des questions de sécurité et de preuve. Laissez à votre client(e) le choix d'inviter ou non la personne de soutien (p. ex. un travailleur de soutien officiel, un(e) ami(e) ou un(e) membre de la famille digne de confiance) à prendre part au reste de la rencontre et aux rencontres à venir.
- ▶ Si votre client(e) présente un handicap, il ou elle peut avoir besoin d'une personne de soutien en tout temps pour l'aider à communiquer et à se sentir à l'aise. Dans ce cas, soyez à l'affût de tout signe d'abus de la part de la personne de soutien, par exemple, si elle parle sans permission.

2. Conseils pour une communication par courriel efficace

Les conseiller(ère)s juridiques communiquent fréquemment par courriel avec leurs client(e)s en droit de la famille. Les conseils suivants peuvent être particulièrement utiles pour envoyer des courriels aux client(e)s qui ont subi un traumatisme à la suite de violence entre partenaires intimes (VPI) ou d'un autre événement traumatisant.

Tenez compte de la quantité de renseignements écrits que votre client(e) peut traiter par courriel. Par exemple, votre client(e) souffre-t-il(elle) d'analphabétisme ou a-t-il(elle) de la difficulté à comprendre la langue? De plus, n'oubliez pas que les client(e)s qui ont vécu un traumatisme peuvent avoir de la difficulté à recevoir des conseils ou à se concentrer sur l'information contenue dans le courriel⁴⁷. Vous devrez peut-être adapter vos courriels pour qu'ils soient courts et concis et qu'ils ne portent que sur un petit nombre de sujets et de questions; certain(e)s client(e)s pourraient ne pas répondre si le courriel est trop long. Portez attention aux mots que vous utilisez, car les mots et le ton peuvent être mal interprétés par courriel.

Vous pouvez terminer vos courriels en offrant de discuter au téléphone de toute information présentée dans le courriel.

Le(la) client(e) peut se sentir dépassé(e) lorsqu'il(elle) lit le courriel et ne pas être en mesure de traiter l'information. En faisant un appel de suivi, vous pouvez discuter des éléments importants du courriel et recevoir des réponses aux questions que vous avez pu poser.

Sachez que vous pourriez recevoir plusieurs courriels en réponse aux renseignements et aux questions que vous avez envoyés dans un seul courriel. Votre client(e) pourrait répondre par plusieurs courriels d'une ligne plutôt qu'un seul courriel. Soyez sensible au fait que c'est peut-être la seule façon pour votre client(e) de vous fournir les renseignements dont vous avez besoin pour poursuivre l'affaire.

Il est recommandé d'**envoyer des courriels de récapitulation après chaque appel ou rencontre** avec vos client(e)s. Ces courriels vous donnent l'occasion de souligner ce dont vous avez discuté au cours de l'appel, ce qui indiquera à votre client(e) que vous l'avez écouté(e) et que vous fournirez un compte rendu écrit des décisions. Les courriels de suivi peuvent également vous aider à confirmer les décisions avant d'aller de l'avant avec des instructions.

3. Conseils et suggestions pour les rencontres virtuelles⁴⁸

Alors que les rencontres virtuelles deviennent de plus en plus courantes, la conscience de l'importance de pratiques juridiques virtuelles exemplaires s'accroît.

Si vous devez discuter de façon virtuelle plutôt qu'en personne, demandez-vous s'il serait plus approprié d'avoir recours à une vidéoconférence ou à un appel téléphonique. Rappelez aux client(e)s les risques possibles pour la sécurité, par exemple le fait qu'ils(elles) pourraient être entendu(e)s par quelqu'un⁴⁹.

Choisissez la vidéoconférence plutôt qu'un appel téléphonique dans la mesure du possible : Il s'agit du moyen qui se rapproche le plus d'une réunion en personne, et ces vidéoconférences facilitent grandement l'établissement d'une relation avec votre client(e). Si la consultation initiale a lieu par téléphone, demandez à votre client(e) s'il serait possible de tenir la prochaine réunion par vidéoconférence. Si votre client(e) a un accès limité ou n'a pas accès à la technologie, essayez de trouver une solution, comme utiliser l'ordinateur d'un(e) ami(e) ou d'un(e) membre de la famille digne de confiance dans un endroit privé.

Soyez conscient(e) des besoins et de la situation de votre client(e) : Certain(e)s client(e)s peuvent avoir de la difficulté à accéder à la technologie (p. ex. peu ou pas d'accès à un téléphone, à un ordinateur ou à Internet, ou peu ou pas de littératie numérique). Il est important de demander à votre client(e) comment vous pouvez l'aider à participer à des réunions qui ne se déroulent pas en personne.

Rappelez-vous que les situations peuvent rapidement s'aggraver et que le risque peut augmenter : Le moment auquel doit avoir lieu une réunion peut s'avérer ne plus être sécuritaire pour vos client(e)s. Rappelez à vos client(e)s que la décision d'interrompre l'appel leur appartient.

Avant de poser des questions à votre client(e) sur le dossier ou de lui demander s'il ou si elle a vécu de la violence familiale, **assurez-vous qu'il(elle) est seul(e) et en sécurité**. Vous pourriez lui proposer un mot de sécurité ou un signal pour interrompre la conversation ou vous pourriez poser des questions fermées qui n'exigent de répondre que par « oui » ou par « non ». Par exemple :

- ▶ « Êtes-vous seul(e)? »
- ▶ « Êtes-vous à la maison avec votre ex-partenaire? Votre ex-partenaire est-il(elle) dans la même pièce que vous? »
- ▶ « Puis-je vous poser des questions sur votre relation avec votre ex-partenaire sans que cela nuise à votre sécurité? »

Pour en savoir plus sur l'utilisation sécuritaire de la technologie, consultez [**l'Onglet 10 : Planification de la sécurité.**](#)

Faites preuve de patience : Laissez un bref silence après que vos client(e)s ont fini de parler pour vous assurer que vous ne les pressez pas. Ce silence permettra également d'éviter des gens qui parlent en même temps, ce qui pose des difficultés lors d'appels vidéo et audio.

Vous devrez peut-être **passer plus de temps à établir des relations avec votre client(e)** avant de lui poser des questions concernant la violence familiale. Veuillez noter que les client(e)s vulnérables, en particulier les victimes de VPI, peuvent ne pas faire confiance si facilement; il peut donc être plus difficile d'essayer de communiquer avec eux(elles) par téléphone ou par vidéoconférence.

Le contact visuel, les **réactions aux signaux faciaux et les autres signaux non verbaux** jouent un rôle important pour établir des liens, ce qui peut être difficile dans les appels vidéo.

Astuce : Configurez votre vidéo de manière à ce que votre client(e) apparaisse dans le tiers supérieur et au centre de l'écran pour avoir l'impression d'établir un contact visuel direct lorsque vous regardez son image.