

Charte ordinaire relative à la publicité et à l'information dans les médias

(Juin 2014)



Charte ordinale relative à la publicité et à l'information dans les médias

Dans un contexte d'explosion de la société de l'information, les chirurgiens-dentistes n'ont jamais eu autant d'occasions d'intervenir dans les médias. Il existe en effet une forte demande d'information de la part des patients dans le domaine de la santé et, pour le Conseil de l'Ordre, les chirurgiens-dentistes apparaissent comme la première source fiable en matière de chirurgie dentaire.

Les jurisprudences internes et européennes montrent que toute restriction doit respecter une certaine proportionnalité en fonction de l'objectif poursuivi et viser l'intérêt général, notamment dans le domaine de la santé.

Dans ce contexte inédit, le Code de déontologie doit rester le repère du praticien : s'il interdit au chirurgien-dentiste la publicité, le Code n'interdit pas l'information et, dans certains cas, la prévoit et l'encadre.

Alors que sans cesse émergent de nouveaux procédés de communication, il semble primordial de rappeler ce que signifient ces deux concepts fondamentaux de publicité et d'information – et de tracer une frontière entre eux.

En donnant des repères généraux, la charte ordinale a pour objectif de permettre aux chirurgiens-dentistes de déterminer, par eux-mêmes, ce qui leur est autorisé ou non, quel que soit le procédé de communication qui leur sera proposé.

C'est pourquoi la charte est construite en deux parties :

- La première partie fournit des principes généraux qui sont applicables à tous les procédés de communication, présents et à venir ;
- La seconde partie prend les exemples de quelques procédés pré-identifiés (réseaux sociaux, sites Internet d'information en santé...) et ne fait qu'appliquer les principes généraux à ces quelques procédés. ■

À SAVOIR

La charte ordinale applicable aux sites Internet professionnels des chirurgiens-dentistes reste d'actualité. Elle est complémentaire de la présente charte.



1 Repères fondamentaux

Quelles communications le chirurgien-dentiste peut-il faire ?

Historiquement, le Code de déontologie réglemente un certain nombre de supports d'information utilisés par les chirurgiens-dentistes : il s'agit des imprimés professionnels ⁽¹⁾, des parutions dans les annuaires ⁽²⁾, des plaques professionnelles ⁽³⁾ et de certains communiqués ⁽⁴⁾.

L'absence de référence à d'autres vecteurs d'information (site Internet, article dans la presse, émission...) ne signifie pas que ceux-ci soient interdits au chirurgien-dentiste.

Les chirurgiens-dentistes bénéficient du droit à la liberté d'expression comme tout citoyen. surtout, comme indiqué en préambule, les chirurgiens-dentistes sont les personnes les plus aptes à informer le public en matière de chirurgie dentaire. Mais, parce qu'ils sont des professionnels

médicaux, les chirurgiens-dentistes doivent, lorsqu'ils exercent cette liberté, veiller à respecter leur déontologie.

Lorsqu'ils sont amenés à intervenir dans les médias, les chirurgiens-dentistes doivent prendre un certain nombre de précautions afin que les principes généraux fixés par le Code de déontologie soient toujours respectés :

✓ Le chirurgien-dentiste doit strictement veiller à respecter **le secret professionnel**. Aucune donnée de santé personnelle ne peut être divulguée dans les médias.

✓ Les informations fournies par le praticien doivent répondre aux caractéristiques qui ont été posées par le Conseil d'État dans un arrêt du 27 avril 2012 : il doit s'agir d'**informations médicales à caractère objectif et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique**. Le praticien doit veiller

à ce que cette information médicale soit scientifiquement exacte, exhaustive, actualisée, fiable, pertinente, licite, intelligible et validée.

En particulier, divulguer au public un procédé de diagnostic et de traitement quand sa valeur et son innocuité ne sont pas démontrées constitue une faute ⁽⁵⁾. En tout état de cause, le Code de la santé publique (CSP) interdit les manifestations spectaculaires touchant à l'art dentaire et n'ayant pas exclusivement un but scientifique ou éducatif.

✓ Le chirurgien-dentiste doit veiller à ne pas utiliser son intervention dans les médias pour faire sa publicité personnelle ou celle de son cabinet (cf. rubrique « *Médias grand public d'information générale en santé* »).

✓ Le chirurgien-dentiste doit également veiller à ne faire **aucune réclame pour un tiers ou pour une firme quelconque**. D'une façon générale, il doit particulièrement être vigilant quant au respect de son indépendance professionnelle.

En toute circonstance, le chirurgien-dentiste doit **conserver sa dignité professionnelle**. Il doit veiller à ne pas déconsidérer sa profession, à ne pas porter atteinte à son honneur.

Qu'est-ce qu'un procédé de publicité prohibé par le Code de déontologie ?

Le praticien contreviendra à sa déontologie si la communication est publicitaire, c'est-à-dire si elle a pour but de promouvoir sa pratique ou son cabinet. Promouvoir, « *c'est mettre quelque chose en avant, c'est préconiser quelque chose en essayant de le faire adopter par autrui et/ou d'en favoriser le développement* » (Larousse).

Pour déterminer si une communication est publicitaire, se poser ce type de questions peut être utile :

– Est-ce qu'en mettant telle mention sur mon site Internet, je cherche à mettre en avant mon cabinet et/ou à vanter ma pratique ?

– Est-ce qu'en utilisant tel procédé, je cherche à favoriser le développement de mon cabinet ?

La communication ou le procédé ne doit pas constituer un élément de valorisation personnelle du praticien : elle ne doit pas mettre en valeur son art ou son profil personnel ou encore faire l'éloge de sa pratique chirurgicale.

Par exemple, des communications qui valorisent les méthodes thérapeutiques du praticien, qui vantent l'organisation de ses soins, qui mentionnent que le praticien est titulaire de « *spécialités* » qui n'existent pas ont été jugées publicitaires.

La communication ou le procédé ne doit pas constituer un élément de valorisation du cabinet dentaire : elle ne doit pas faire l'éloge de l'organisation du cabinet, de son aménagement, de sa situation.

Par exemple, un article de presse qui vante les aménagements d'un cabinet dentaire ou dans lequel le praticien fait part d'informations de nature médicale tout en indiquant les coordonnées de son lieu d'exercice ont été jugés publicitaires.

À SAVOIR

Le recours à certains supports peut être, en soi, publicitaire, et ce indépendamment du contenu du message qui est diffusé. En effet, par l'utilisation de ces procédés, l'information s'impose à des personnes qui ne l'ont ni demandée ni recherchée.

Par exemple, l'apposition de grands panneaux dans les rues d'une ville ou sur des véhicules qui « *se contentent* » de mentionner les coordonnées d'un cabinet médical a été jugée publicitaire.

Dans la majorité des cas, le support n'est pas en lui-même publicitaire, mais certaines mentions qu'il contient qui visent à valoriser le praticien ou son cabinet.

Par exemple, s'il est libre d'éditer un site Internet, le chirurgien-dentiste ne doit pas y faire figurer des mentions visant à promouvoir son art ou son cabinet.

Le chirurgien-dentiste doit-il être à l'origine de la communication pour encourir une sanction ?

Le praticien encourra une sanction si la communication publicitaire peut lui être imputée, c'est-à-dire si un certain degré d'implication de sa part peut être démontré. Les juges vont en effet

rechercher l'intention du praticien : le chirurgien-dentiste est-il, d'une façon ou d'une autre, à l'origine de la communication ? En pratique, trois situations peuvent être distinguées :

1^{re} situation – l'intention du praticien est évidente

Dans ce premier cas, le professionnel de santé est directement à l'origine de la communication publicitaire.

Par exemple, l'envoi de lettres ou de tracts publicitaires signés du praticien à tous les habitants de la ville où il exerce; une publication par le praticien d'un site Internet comportant des mentions publicitaires...

2^e situation – l'intention du praticien est déduite

Dans ce deuxième cas, l'intention du praticien n'apparaît pas de manière évidente, mais elle est déduite des circonstances de l'espèce.

Si le praticien n'est pas à l'origine directe de la communication publicitaire, il peut être sanctionné car sont mises en évidence :

– Soit une participation active de la part du praticien : les informations publiées n'ont pu être fournies que par le praticien lui-même;

Par exemple, un article paru dans un journal local faisant la promotion d'un cabinet dentaire, les éléments figurant dans l'article n'ayant pu être fournis que par le praticien lui-même.

– Soit une abstention coupable de la part du praticien : le praticien n'a pas rappelé à la personne à l'origine de la publication les règles déontologiques qui s'imposent à lui ou n'a formulé aucune protestation à la suite de la parution de la communication publicitaire.

Par exemple, le praticien a connaissance d'un article paru dans un média vantant son cabinet, mais il se garde bien de formuler une protestation auprès du journaliste qui en est à l'origine, laissant la publicité prospérer.

3^e situation – l'intention du praticien est absente

Dans ce troisième cas, la communication publicitaire ne peut, en aucune façon, être imputée au praticien.

Par exemple, dans un article de presse d'origine purement journalistique, le journaliste n'a repris que des éléments publics et le praticien a protesté dès qu'il a pris connaissance de la publication; communication à la seule initiative de l'employeur du praticien (clinique, centres de santé...) sans aucune participation directe ou indirecte du praticien.

Le chirurgien-dentiste peut-il informer ses confrères sur sa pratique ?

Lorsque la communication n'est pas destinée au public, mais exclusivement à ses confrères, le praticien dispose d'une plus grande liberté pour communiquer sur sa pratique.

Lorsqu'il ne s'adresse qu'à ses confrères, le chirurgien-dentiste peut, par exemple, communiquer sur ses expériences professionnelles, mentionner ses publications et/ou présenter sa pratique.

Le chirurgien-dentiste peut-il promouvoir certaines marques ?

Le chirurgien-dentiste doit veiller au respect de son indépendance professionnelle. Le CSP lui interdit de faire de la publicité pour un tiers ou une firme quelconque.

Cette interdiction s'applique dans tous les cas, c'est-à-dire tant dans les communications à l'attention du grand public que dans les communications à l'attention des confrères.

À SAVOIR

Un article scientifique rédigé par un chirurgien-dentiste, dans la presse professionnelle ou sur un site Internet exclusivement accessible aux chirurgiens-dentistes, et qui citerait des produits dans un cadre d'étude (par exemple, une utilisation comparée entre deux types de produits) devrait être considéré comme informatif et non comme constituant une publicité pour le ou les produits cités.

En revanche, un article ou un publi-communiqué dans lequel le praticien entend manifestement promouvoir un produit, en dehors de toute démarche scientifique objective, serait constitutif d'un procédé de publicité prohibé.

(1) Article R. 4127-216 du CSP.

(2) Article R. 4127-217 du CSP.

(3) Article R. 4127-218 du CSP.

(4) Article R. 4127-219 du CSP.

(5) Article R. 4127-226 du CSP.

2 Applications de la charte



1/ RÉSEAUX SOCIAUX

Puis-je créer une page sur un réseau social pour présenter mon cabinet et demander à mes patients de partager cette page avec leurs propres relations ?

Les réseaux sociaux sont des outils de gestion des relations. Ils en favorisent l'accroissement. Les praticiens ne peuvent pas utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir leur pratique ou leur cabinet auprès du grand public. En effet, là encore, par l'utilisation de certains réseaux sociaux, l'information s'impose à des personnes qui ne l'ont ni demandée ni recherchée. Ce n'est donc pas assimilable à un simple site Internet. Après ce rappel, plusieurs situations peuvent être distinguées :

Création d'une page sur un réseau social généraliste afin de présenter au public sa pratique et/ou son cabinet

- Utilisation de pages de nature commerciale dédiées aux entreprises :

Certains réseaux sociaux proposent aux entreprises de créer des pages pour présenter au public leurs marques ou leurs activités. Ces pages sont le plus souvent accessibles au grand public, y compris à des personnes qui ne font pas partie du réseau.

Il s'agit d'une utilisation marketing des réseaux sociaux. L'entreprise utilise le fonctionnement du réseau social pour accroître sa notoriété. L'internaute est invité à recommander la page de cette entreprise à ses propres relations. C'est un système de recommandation massif, organisé, industriel.

La création d'une page de ce type par un chirurgien-dentiste doit être considérée comme constituant un procédé de publicité prohibé.

À SAVOIR

Peu important les mentions contenues dans la page, le recours à ce type de procédé est en lui-même publicitaire.

- Utilisation de pages non dédiées aux entreprises :

La création d'une page « classique » sur un réseau social généraliste, c'est-à-dire d'une page

non dédiée aux entreprises, dans le but d'y présenter sa pratique ou son cabinet, tant au grand public qu'à certaines de ses relations personnelles, doit également être considérée comme constituant un procédé de publicité prohibé.

En effet, même si le caractère commercial apparaît de façon moins évidente qu'en cas d'utilisation de pages dédiées aux entreprises, le principe même de ce type de réseau – la diffusion d'informations et de recommandations à un grand nombre de personnes via un système de chaîne – s'oppose à ce qu'un chirurgien-dentiste puisse y présenter sa pratique ou son cabinet.

De même, « glisser » au sein d'une page qui se veut personnelle, des informations relatives à son exercice (par exemple, la mention de l'adresse du cabinet) doit être considéré comme un procédé de publicité prohibé.

Utilisation des réseaux professionnels entre confrères

Les chirurgiens-dentistes peuvent utiliser les réseaux sociaux pour échanger des informations entre confrères ou entre professionnels de la santé.

Important : il convient de rappeler qu'en application des règles relatives au secret médical et du CSP ⁽¹⁾, **aucune donnée de santé personnelle ne peut être partagée ou échangée via les réseaux sociaux**, et ce même si les paramètres de confidentialité du réseau sont activés.

L'utilisation des réseaux sociaux entre confrères requiert en outre de prendre plusieurs précautions, afin que l'information ne puisse pas être considérée comme un procédé de publicité indirecte en faveur des praticiens ou de leur cabinet :

- ✓ Le praticien doit être particulièrement vigilant sur les personnes qui font partie de son groupe sur le réseau.
- ✓ Le praticien doit notamment veiller à ce que des personnes du grand public n'intègrent pas son groupe.
- ✗ Un groupe constitué entre plusieurs professionnels de la santé, mais qui serait ouvert à des tiers, à des patients par exemple, pourrait constituer un procédé de publicité prohibé.
- ✓ L'utilisation de réseaux sociaux se présentant comme des réseaux à vocation professionnelle doit être privilégiée.

Certains réseaux se présentent comme ayant vocation à développer le réseau professionnel de leurs membres. Ce sont par exemple les réseaux sur lesquels les membres sont invités à déposer leur curriculum vitae et qui visent notamment à faciliter une recherche d'emploi ou à échanger sur des projets professionnels.

Malgré leur vocation professionnelle, certaines pages de ces réseaux peuvent être accessibles au grand public.

Afin que la publicité donnée à ces pages ne puisse pas être considérée comme constituant une publicité pour le praticien, il convient d'être particulièrement vigilant sur les mentions qui y figurent.

À titre indicatif, voici une liste de **mentions qui pourraient être considérées comme publicitaires** si elles figuraient sur la page d'un réseau à vocation professionnelle mais accessible au public :

- ✗ Coordonnées du lieu d'exercice du praticien;
- ✗ Photo(s) du lieu d'exercice du praticien;
- ✗ Photo(s) des membres de l'équipe du praticien;
- ✗ Lien vers le site Internet présentant l'exercice du praticien;
- ✗ Diplômes, titres et fonctions non reconnus par le Conseil national de l'Ordre – y compris les champs d'activité qui ne sont pas des spécialités reconnues;
- ✗ Présentation de cas cliniques du praticien (textes, photos, vidéos).

L'utilisation de réseaux généralistes – c'est-à-dire sans vocation professionnelle – ne peut se faire qu'à condition d'utiliser les paramètres du réseau permettant de **créer une confidentialité totale** dans les échanges entre confrères ou membres des professionnels de santé. Les praticiens bénéficient dès lors d'une plus grande liberté d'expression et peuvent communiquer plus librement sur leur exercice et leurs expériences professionnelles.

À titre indicatif, voici une liste de mentions qui **ne devraient pas être considérées publicitaires** dans un tel cadre :

- ✓ Coordonnées du lieu d'exercice du praticien;
- ✓ Photo(s) du lieu d'exercice du praticien;
- ✓ Expériences professionnelles du praticien;

- ✓ Référence à des publications du praticien;
- ✓ Présentation de la pratique du praticien;
- ✓ Présentation de cas cliniques du praticien (textes, photos, vidéos).

La publicité pour un tiers ou une firme quelconque

De nombreux réseaux sociaux permettent à leurs membres de recommander des entreprises ou des personnes.

Sur les réseaux sociaux, comme dans les médias en général, les chirurgiens-dentistes doivent veiller à ne pas faire de réclame pour un tiers ou une firme quelconque ⁽²⁾. Ils doivent veiller à leur indépendance professionnelle ⁽³⁾.

Cette interdiction de la publicité intéressant un tiers ou une firme quelconque s'applique tant dans les rapports entre confrères que vis-à-vis du public.

L'utilisation des réseaux sociaux en dehors de l'exercice de la chirurgie dentaire

- Utilisation des réseaux sociaux dans un cadre purement personnel :

Les personnes qui interviennent sur un réseau social dans un cadre purement personnel ont coutume d'indiquer leur profession.

✓ Il est donc admis qu'un chirurgien-dentiste puisse y faire figurer son titre d'exercice (c'est-à-dire « *chirurgien-dentiste* »).

✗ En revanche, tout autre développement concernant cet exercice, et notamment la mention de l'adresse du lieu d'exercice, doit être proscrit car publicitaire.

- Utilisation des réseaux sociaux dans le cadre d'une autre activité professionnelle que la chirurgie dentaire :

Un praticien peut avoir une autre activité professionnelle que la chirurgie dentaire ⁽⁴⁾. Lorsqu'il communique dans le cadre de cette autre activité, le praticien doit veiller à ne pas faire figurer son titre de chirurgien-dentiste.

(1) Articles L. 1110-4 et L. 1111-8 du CSP.

(2) Article R. 4127-225 du CSP.

(3) Article R. 4127-209 du CSP.

(4) Dans le respect du deuxième alinéa de l'article R. 4127-203 du CSP.

2/ ANNUAIRES EN LIGNE

Quelles sont les mentions qu'un chirurgien-dentiste peut faire figurer dans un annuaire ?

Les annuaires, principalement les annuaires en ligne, proposent pour toutes les professions de nombreuses options, peu importe qu'elles soient commerciales ou de santé. Il appartient au chirurgien-dentiste, membre d'une profession de santé réglementée, de refuser les mentions non autorisées par son Code de déontologie et qui présenteraient donc un caractère publicitaire pour lui et son cabinet dentaire.

L'article R. 4127-217 du CSP dispose :

« Les seules indications qu'un chirurgien-dentiste est autorisé à faire figurer dans un annuaire sont ses noms, prénoms, adresses postale et électronique, numéros de téléphone et de télécopie, jours et heures de consultation et sa spécialité.

Les sociétés d'exercice de la profession peuvent figurer dans les annuaires dans les mêmes conditions que ci-dessus. »

Puis-je insérer certains critères ayant un rapport avec mon activité, mais qui ne correspondent pas à une spécialité (par exemple : esthétique dentaire, implantologie...)?

Il est important de rappeler qu'il existe uniquement trois spécialités dans la profession dentaire : l'orthopédie dento-faciale, la chirurgie orale, la médecine bucco-dentaire. Pour en faire état, le chirurgien-dentiste doit non seulement avoir obtenu cette qualification, mais aussi être inscrit sur la liste des spécialistes qualifiés, sachant qu'un praticien ne peut être inscrit que sur une seule liste de spécialistes.

Mentionner de telles activités, qui n'entrent pas dans le champ des spécialités, serait contraire à l'article R. 4127-217 précité, constituerait un procédé trompeur pour le public et serait considéré comme une mise en valeur du praticien et du cabinet.

Puis-je mentionner mon cursus, mon curriculum vitae, mes compétences, mes expériences professionnelles, mes publications ?

Comme précédemment, de telles mentions (autres que les spécialités) ne sont pas prévues



par le CSP relatif aux annuaires. Elles constitueraient une mise en valeur du praticien et de son cabinet avec une intention publicitaire.

Puis-je insérer des photos ou vidéos de moi-même, de mon équipe, de l'intérieur de mon cabinet ?

Une telle présentation du praticien et du cabinet n'est pas autorisée par le Code de déontologie. Un annuaire n'est pas assimilé à un site Internet professionnel de chirurgien-dentiste.

En revanche, la photographie extérieure de l'immeuble et les plans d'accès et itinéraires que les annuaires mettent en ligne présentent un caractère purement informatif pour l'internaute et aident ce dernier à localiser le cabinet. Cette démarche est donc autorisée.

Puis-je permettre à un internaute de prendre rendez-vous directement avec moi via l'interface du site de l'annuaire ?

Ces procédés excèdent les mentions autorisées par l'article R. 4127-217 précité.

La prise de rendez-vous par l'internaute via l'interface du site Internet professionnel du praticien est cependant autorisée sous certaines conditions précisées dans la charte relative au site Internet professionnel du chirurgien-dentiste.

Puis-je insérer des liens vers des sites de réseaux sociaux sur le site même de l'annuaire en ligne ?

✗ Que ce soit des réseaux sociaux à vocation professionnelle ou personnelle, de tels liens ne sont pas autorisés.

✓ Seul un lien vers son site Internet professionnel, respectant la charte relative au site Internet, est autorisé.

Puis-je mentionner mes horaires d'ouverture ?

✓ Cette indication est autorisée par le CSP.

Puis-je mentionner mes tarifs et les moyens de paiement acceptés par mon cabinet dentaire ?

De telles mentions n'ont pas leur place dans un annuaire et pourraient constituer un procédé de publicité.

Des chirurgiens-dentistes peuvent-ils figurer sur des listes à visée communautariste ?

Dans certains cas, des annuaires insèrent certains critères ou certaines mentions à l'insu des praticiens. De telles listes de praticiens en fonction de certains critères (appartenance à une communauté religieuse, ethnique, politique...) ne font pas partie des mentions autorisées par l'article R. 4127-217 du code précité.

Une telle diffusion restrictive de chirurgiens-dentistes pourrait être considérée comme une publicité indirecte au bénéfice de ces praticiens, contraire au CSP ⁽¹⁾.

À SAVOIR

Ce type d'annuaires comprenant les données personnelles de praticiens à leur insu ne respecte pas les dispositions de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. Les traitements de données à caractère personnel doivent être déclarés à la Cnil, et le responsable des fichiers informatiques n'a pas le droit de collecter des données personnelles à l'insu des personnes concernées, mais doit leur permettre d'exercer pleinement leurs droits (droit d'accès, droit de rectification et d'opposition).

Les chirurgiens-dentistes mentionnés doivent faire jouer leur droit d'opposition (article 38 de ladite loi) et demander la suppression totale de leurs données personnelles du site en question.

Les annuaires avec avis et notations d'internautes sur des chirurgiens-dentistes respectent-ils les obligations auxquelles ils sont tenus ?

Nous assistons en particulier au développement récent de sites Internet de « notation » des professionnels de santé par des internautes émettant à l'insu des premiers des avis positifs ou négatifs. Les données des sites litigieux ne sont pas collectées de façon loyale, et ne présentent évidemment aucune garantie tant sur leur pertinence que sur leur caractère adéquat. Il apparaît que ces sites comportent de nombreux manquements à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés : un défaut d'information des personnes concernées par la notation, un défaut de loyauté dans la collecte des informations, puisque les personnes évaluées le sont à leur insu, un manquement à l'obligation de permettre aux personnes de s'opposer à leur fichage.

La question est d'autant plus sensible que la déontologie des chirurgiens-dentistes interdit « *tous procédés directs ou indirects de publicité* » ⁽²⁾.

Les chirurgiens-dentistes nommés doivent écrire aux responsables de ces sites pour faire valoir leur droit d'opposition, prévu à l'article 38 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, à la parution de leurs données personnelles associées aux avis ou notes des internautes.

Certains annuaires proposent la géolocalisation des cabinets dentaires : est-ce autorisé ?

✓ Oui, sous réserve du respect de toutes les règles précitées en matière d'annuaires, notamment :

- Sans mention excédant celles autorisées par l'article R. 4127-217 du CSP ;
- Sans possibilité de prise de rendez-vous sur le site de l'annuaire ;
- Sans mention des avis d'internautes ;
- Avec possibilité de lien vers le site Internet professionnel du praticien.

Pour conclure, un annuaire se définit comme un fichier qui permet de retrouver un praticien au regard des seules mentions autorisées par l'article R. 4127-217 du CSP.

(1) Article R. 4127-215 du CSP.

(2) Article R. 4127-215 du CSP.

3/ SITES INTERNET DE SOCIÉTÉS, D'ASSOCIATIONS, DE FORMATION CONTINUE, SITES PERSONNELS



Des sites de sociétés et d'associations de «mise en relation» peuvent-ils transmettre les coordonnées de chirurgiens-dentistes «agrés» à des internautes?

Certaines sociétés ou associations créent des sites Internet de «mise en relation» entre internautes et certains chirurgiens-dentistes qui sont sélectionnés et «agrés» par ces organismes en fonction de certaines compétences, de leurs tarifs...

Ces organismes transmettent aux internautes, qui s'inscrivent sur leur site et qui en font la

demande, les coordonnées de ces praticiens. Or un tel procédé constituerait une infraction de la part de ces praticiens aux dispositions du CSP ⁽⁴⁾.

Sites de formation continue : quelles mentions les chirurgiens-dentistes sont-ils autorisés à faire paraître ?

Il existe deux catégories de sites de formation continue : ceux qui ne sont accessibles aux confrères que sur mot de passe et ceux qui sont ouverts au grand public.

1. Les sites de formation continue accessibles sur mot de passe

Voici, à titre indicatif, une liste de mentions qui ne devraient pas être considérées publicitaires dans un tel cadre :

- ✓ Les noms et prénoms du praticien, la mention du titre de «*docteur*», sa qualité de «*chirurgien-dentiste*», son éventuelle spécialité, son numéro RPPS;
- ✓ Les coordonnées du lieu d'exercice du praticien;
- ✓ La présentation de la pratique du praticien;
- ✓ Les expériences professionnelles du praticien;
- ✓ Les informations médicales;
- ✓ Les références à des publications du praticien;
- ✓ La photo du praticien;
- ✓ Les présentations de cas cliniques du chirurgien-dentiste (textes, photos, vidéos).

En revanche ne seront pas autorisées les mentions suivantes :

- ✗ L'utilisation de titres de spécialités n'existant pas;
- ✗ Une publicité pour une firme ⁽²⁾.

2. Les sites de formation continue ouverts au grand public

Nous renvoyons les praticiens aux indications figurant sous la rubrique «*Médias grand public d'information générale en santé*». Les mêmes principes devraient s'appliquer puisque, dans les deux cas, ce sont des médias ouverts au grand public.

Sites présentant une activité personnelle autre que l'art dentaire (hobbys) : quelles mentions le chirurgien-dentiste est-il autorisé à faire paraître ?

Les personnes qui ont une activité autre que celle de chirurgien-dentiste ont le droit d'indiquer leur profession. Il est donc admis qu'un chirurgien-dentiste puisse y faire figurer son titre d'exercice (c'est-à-dire «*chirurgien-dentiste*»).

En revanche, tout autre développement concernant cet exercice, et notamment la mention de l'adresse du lieu d'exercice au cabinet dentaire, doit être proscrit car publicitaire.

(1) Article R. 4127-215 du CSP.

(2) En application de l'article R. 4127-225 alinéa 1^{er} du CSP.

4/ MÉDIAS GRAND PUBLIC D'INFORMATION GÉNÉRALE EN SANTÉ

Dans les médias grand public d'information générale en santé : quelles mentions les chirurgiens-dentistes sont-ils autorisés à faire paraître ?

Les praticiens peuvent être interviewés dans les médias sur un sujet d'information générale en santé. Ils doivent alors être vigilants et ne pas utiliser ce média, ouvert au grand public, pour effectuer par ce biais une publicité personnelle et pour leur cabinet dentaire.

Voici des indications générales, mais il faut veiller dans la pratique à ce que chaque cas soit apprécié individuellement.

Cette liste ci-dessous ne se veut pas exhaustive :

- ✓ Les noms et prénoms du praticien, la mention du titre de «*docteur*», sa qualité de «*chirurgien-dentiste*», son éventuelle spécialité, son numéro RPPS constituent des mentions «*divulgables*».
- ✗ En revanche, les coordonnées du lieu d'exercice du praticien ne doivent pas être mentionnées, de même que le site Internet présentant l'exercice du praticien ou le lien qui y donne accès. De telles mentions révéleraient une intention publicitaire de la part du praticien.
- ✓ Les diplômes, titres et fonctions reconnus par le Conseil national de l'Ordre ⁽¹⁾ sur le fondement



de l'article R. 4127-216 du CSP pourraient être autorisés.

✗ Les diplômes, titres et fonctions non reconnus par le Conseil national de l'Ordre ne peuvent être divulgués par les praticiens.

✗ Les références à des publications du praticien n'ont pas à être mentionnées.

✓ La photo du praticien est autorisée.

✓ L'information médicale transmise par le chirurgien-dentiste doit répondre aux critères d'une information médicale à la fois de qualité et d'intérêt général.

✗ La mention des expériences professionnelles du praticien risquerait d'apparaître comme un procédé de valorisation de ce dernier.

✗ Aucune publicité pour une firme ne saurait être admise, en application de l'article R. 4127-225 alinéa 1^{er} du CSP.

Il est conseillé au praticien de se rapprocher de son conseil départemental de l'Ordre avant toute interview.

(1) Sur le fondement de l'article R. 4127-216 du CSP.