

LES LUNDIS DÉONTOLOGIQUES DU CONSEIL REGIONAL ÎLE-DE-FRANCE



SOIRÉE DU 20 FEVRIER 2017



Présentation

« Information, Publicité, Charlatanisme »

Dr Philippe GARAT



Définition de l' **information** : « *action d'informer quelqu'un, un groupe, de le tenir au courant des évènements* ». C'est un devoir du médecin envers son patient (article 35).

La **publicité** : « *Activité ayant pour but de faire connaître une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser tel service, etc. ; ensemble des moyens et techniques employés à cet effet* ». C'est une information qui dépasse le devoir d'information, qui présente donc un caractère démesuré (**surinformation**) à visée promotionnelle (**article**).

Le **charlatanisme** : « *art d'abuser de la crédulité publique* ». C'est une **information fausse** puisqu'elle assure la promotion de techniques, de procédés ou de traitements non vérifiés scientifiquement.



Article 35 (article R.4127-35 du code de la santé publique)

Le médecin doit à la personne qu'il examine, qu'il soigne ou qu'il conseille **une information loyale, claire et appropriée sur son état, les investigations et les soins qu'il lui propose.** Tout au long de la maladie, il tient compte de la personnalité du patient dans ses explications et veille à leur compréhension.

Toutefois, sous réserve des dispositions de l'article L. 1111-7, dans l'intérêt du malade et pour des raisons légitimes que le praticien apprécie en conscience, un malade peut être tenu dans l'ignorance d'un diagnostic ou d'un pronostic grave, sauf dans les cas où l'affection dont il est atteint expose les tiers à un risque de contamination.

Un pronostic fatal ne doit être révélé qu'avec circonspection, mais les proches doivent en être prévenus, sauf exception ou si le malade a préalablement interdit cette révélation ou désigné les tiers auxquels elle doit être faite.



Article 13 (article R.4127-13 du code de la santé publique)

Lorsque le médecin participe à une action d'information du public de caractère éducatif et sanitaire, quel qu'en soit le moyen de diffusion, il doit ne faire état que de données confirmées, faire preuve de prudence et avoir le souci des répercussions de ses propos auprès du public.

Il doit se garder à cette occasion de toute attitude publicitaire, soit personnelle, soit en faveur des organismes où il exerce ou auxquels il prête son concours, soit en faveur d'une cause qui ne soit pas d'intérêt général.

Article 14 (article R.4127-14 du code de la santé publique)

Les médecins ne doivent pas divulguer dans les milieux médicaux un procédé nouveau de diagnostic ou de traitement insuffisamment éprouvé sans accompagner leur communication des réserves qui s'imposent. Ils ne doivent pas faire une telle divulgation dans le public non médical.

Article 41 (article R.4127-41 du code de la santé publique)

Aucune intervention mutilante ne peut être pratiquée sans motif médical très sérieux et, sauf urgence ou impossibilité, sans information de l'intéressé et sans son consentement.



Article 19 (article R.4127-19 du code de la santé publique)

La médecine ne doit pas être pratiquée comme un commerce. Sont interdits tous procédés directs ou indirects de publicité et notamment tout aménagement ou signalisation donnant aux locaux une apparence commerciale.

Article 20 (article R.4127-20 du code de la santé publique)

Le médecin doit veiller à l'usage qui est fait de son nom, de sa qualité ou de ses déclarations.

Il ne doit pas tolérer que les organismes, publics ou privés, où il exerce ou auxquels il prête son concours utilisent à des fins publicitaires son nom ou son activité professionnelle.

Article 55 (article R.4127-55 du code de la santé publique)

Le forfait pour l'efficacité d'un traitement et la demande d'une provision sont interdits en toute circonstance.



L'information du patient : les indications du **fonctionnement du cabinet médical** :

L'accès : aucun fléchage démesuré, ni panneau publicitaire, la plaque doit être conforme (dimensions et contenu).

Doivent figurer en **en-tête des ordonnances** et, éventuellement, sur le site internet :

- Les moyens de communication normaux et d'urgence ;
- Mention de titres autorisés (référence CNOM).

La mention d'horaires d'ouverture ou de consultations libres ou sur rendez-vous n'est pas obligatoire sur le papier à en-tête.

L'affichage dans les **salles d'attente selon les directives de la DGCCRF**

- votre situation au regard de la convention (arrêté du 11 juillet 1996),
- les tarifs des principaux actes effectués (arrêté du 11 juillet 1996),
- le numéro de téléphone à appeler en cas d'urgence (arrêté du 25 juillet 1996),
- le rappel du 15 pour les urgences vitales (arrêté du 25 juillet 1996).



L'Information générale par les médias : journaux, internet, télévision

Dans tous ces cas le médecin doit veiller :

- À l'usage qui est fait de son nom (article R.4127-20) ;
- Au caractère purement informatif de l'information sans promotion personnelle (article R.4127-13) ;
- Au caractère objectif de l'information, évitant les traitements ou procédés qui n'ont pas reçu d'aval scientifique (article R. 4127-14) ;
- Le problème des sites internet sera présenté dans les slides suivants au travers des préconisations de la charte édictée par le CNOM en 2014.

Le problème des réseaux sociaux : ne pas confondre autopromotion et information.

Les pages à caractère personnel doivent le rester : **oublier son métier.**



Ne pas confondre l'information avec l'autopromotion et la publicité...

En dehors des affichages internes, **seule l'information personnelle du patient consultant est un devoir du médecin** et, dans cas, selon l'article R.4127-35, elle est claire loyale et appropriée et répond aux principes suivants :

- la signature par le patient d'un document remis en salle d'attente ne suffit pas...
- Il convient de s'assurer que l'information a été comprise, au besoin de l'expliquer de nouveau ;
- l'importance de la traçabilité : consultations préalables avec CR doivent figurer clairement dans le dossier du médecin ainsi que la mention des documents remis et contresignés.

Ne pas confondre l'information avec l'autopromotion et la publicité...



Article 39 (article R.4127-39 du code de la santé publique)

Les médecins ne peuvent proposer aux malades ou à leur entourage comme salubre ou sans danger un remède ou un procédé illusoire ou insuffisamment éprouvé. Toute pratique de charlatanisme est interdite.



1 - Le médecin est libre de ses prescriptions (art.8), mais le patient ne doit pas être trompé (utilisation imprudente de médicaments incertaines, de *procédés illusoires* et les affirmations abusives). L'expérimentation clinique et l'essai de thérapeutiques nouvelles sont soumis à des précautions très précises, qui sont rappelées à l'article 15. La loyauté et la prudence s'imposent en cette matière.

2 - Le charlatanisme, c'est l'exploitation de la crédulité publique. D'où l'exercice réglementé de la médecine d'abord par les examens et diplômes des universités puis par la loi qui confère aux médecins le monopole de l'exercice médical ; enfin par le contrôle de l'Ordre des médecins.

Quelques faits suivants :

- expliquer la maladie et le traitement par des considérations scientifiques fantaisistes ;
- annoncer sans raison que la maladie est très grave, pour se donner l'air d'accomplir un "miracle" ;
- donner des consultations par correspondance à partir d'un questionnaire, ou de l'examen des cheveux, voire d'une photographie ;
- prétendre soigner par des ondes ou des radiations mystérieuses (par le "magnétisme") ;
- se présenter indûment comme l'inventeur d'une "méthode nouvelle", etc. ;
- appliquer des attitudes prétendument thérapeutiques de nature sectaire.

3 - Le médecin ne doit pas se servir de *remèdes secrets* qui ne figurent dans aucune pharmacopée et dont la composition n'est pas connue, pour exploiter le goût si répandu du "mystère", comme on l'a vu faire naguère pour la tuberculose, plus récemment pour le cancer ou le sida (article 21).

L'article R. 5125-57 du code de la santé publique, concernant la pharmacie, interdit la vente de remèdes secrets, produits, simples ou composés, ne portant pas le nom du pharmacien producteur, ou ne portant pas le nom et la dose des substances qu'ils contiennent.



Information, Publicité, Charlatanisme Charte déontologique des sites Internet

Le CNOM a voulu édicter certaines règles en ce qui concerne l'information sur Internet et publié en décembre 2011 un **Livre blanc relatif à la Déontologie médicale sur le web**.

Ainsi «site web professionnel» se rattache directement à l'exercice de la profession ce qui le différencie d'un site privé ou d'un blog personnel.

Dans le prolongement de ce Livre blanc, le CNOM publie une **charte applicable aux sites professionnels de médecins**.

Elle « *s'applique au site professionnel de tout médecin ou de tout portail en exercice regroupé, qu'il s'agisse d'un exercice à titre libéral, à titre hospitalier ou salarié. C'est une aide au praticien, sans pour cela que le CNOM en ait la responsabilité, pour l'élaboration de son site afin qu'il respecte :*

- *l'ensemble de la réglementation qui s'applique aux sites Internet en santé ;*
- *la réglementation française en vigueur ;*
- *l'ensemble des règles applicables à la profession de médecin, sur le principe que la médecine en doit pas être pratiquée comme un commerce.*



Information, Publicité, Charlatanisme Charte déontologique des sites Internet

La charte graphique et la ligne éditoriale du site doivent, par conséquent, conserver une certaine sobriété.

Le Conseil national de l'ordre des médecins demande aux médecins que la page d'accueil de leur site porte un lien vers l'Annuaire public du CNOM, un lien vers la page dédiée e-santé du site du CNOM et une icône immédiatement visible qui ouvrirait le texte suivant :

« Le CNOM invite les internautes à faire preuve d'esprit critique sur toutes les publications en ligne. La confiance que nos concitoyens accordent aux informations émanant du corps médical doit donc être soutenue avec une attention particulière. C'est la raison pour laquelle le CNOM a demandé à tous les médecins qui publient leur propre site professionnel d'afficher les points qui suivent :

- 1. L'internaute doit pouvoir s'assurer que le site publiant des informations en santé est celui d'un médecin, s'il se présente comme tel. Le site professionnel du médecin doit faire apparaître, dans la page d'accueil, un lien :***
 - avec la rubrique Annuaire du site web du CNOM*
 - et un lien vers la page dédiée sur le site public du CNOM qui affiche les publications et recommandations ordinales relatives à la déontologie médicale sur le web.*



Information, Publicité, Charlatanisme Charte déontologique des sites Internet

2. *Le site professionnel du médecin doit fournir des **informations pratiques** sur l'adresse, la spécialité, les titres reconnus, le mode d'exercice, les établissements de santé dans lesquels il intervient, les accès, la situation vis-à-vis des organismes de protection sociale.*

3. *Quand des **informations en santé sont publiées sur ce site**, les explications doivent être de nature purement informative sur les maladies, la prévention, les traitements, les techniques pratiquées. Le médecin doit présenter de façon objective les avantages et les éventuels inconvénients des actes, prescriptions, interventions (pédagogique, sources et références). Ces informations publiques peuvent venir compléter utilement celles qui auront été préalablement données à un patient lors d'une consultation. Dans ce cas, elles ne peuvent pas avoir vocation à les remplacer. Les dates de publication et/ou de mise à jour doivent être mentionnées.*



Information, Publicité, Charlatanisme Charte déontologique des sites Internet

- 4. Lorsque le médecin n'est pas à même d'assurer lui-même des mises à jour régulières sur son site professionnel, le CNOM recommande que les informations soient alors préférentiellement délivrées par la création de liens vers des sites d'informations du grand public qui n'ont aucun intérêt de nature marchande.*
- 5. Lorsque le site publie, à titre d'illustration, des propos, des images ou des photographies, aucune identification des personnes ne doit être possible. Ces documents ne doivent pas avoir une présentation qui serait de nature à laisser croire que le résultat escompté sera obtenu, ce qui serait une tromperie, quel que soit le domaine médical ou chirurgical concerné.*
- 6. Le site ne doit pas faire de publicité, ni directe ni indirecte, pour le médecin ou pour les organismes auxquels il prêterait son concours.*
- 7. Le site professionnel du médecin doit respecter strictement la confidentialité des données personnelles recueillies.*
- 8. Le médecin doit déclarer sur ce site ses liens d'intérêts avec toute firme en relation avec le domaine de la santé et du soin. Le cas échéant, il précise le financement du site et celui de sa maintenance. »*



PRESENTATION DU MEDECIN

Qu'il s'agisse d'un site individuel ou d'un site accessible par un portail, les règles suivantes doivent être respectées :

☞ mentions obligatoires afin d'identifier le titulaire du site dans l'annuaire public du CNOM : le nom et prénoms, et le numéro RPPS ;

☞ autres mentions sont possibles :

- un identifiant photographique ;
- titres et qualifications professionnelles et l'appartenance à une société savante officielle reconnue par le CNOM ;
- les travaux et publications scientifiques avec l'indication des organes les ayant acceptés avec mentions d'éventuels liens d'intérêts ;
- les langues parlées ;
- les distinctions honorifiques reconnues par la République française.

En revanche, les fonctions électives quelles qu'elles soient, actuelles ou passées, sont proscrites.



AGENDA EN LIGNE– ICONE DE CONTACT

S'il existe un agenda en ligne sur le site du médecin, une réponse automatisée de confirmation doit être prévue pour que le patient soit assuré que son rendez vous a bien été enregistré. Cet agenda en ligne peut permettre un rappel du rendez vous au patient, par contact téléphonique, mail ou SMS.

Le masquage des rendez-vous déjà pris doit, bien évidemment, être absolu.

Pour des raisons de sécurité, la configuration de l'agenda doit être strictement limitée à la prise de rendez vous (nom, prénom, numéro de téléphone, adresse mail du patient).



PRESENTATION DU CABINET OU DE LA STRUCTURE DE REGROUPEMENT

- adresse, les coordonnées téléphoniques, l'adresse mail, les horaires d'ouverture, l'accessibilité et les moyens d'accès ;
- mais aussi : les dates de congés, l'information de la présence d'un remplaçant ou d'un collaborateur ;
- mentionner une vidéo-surveillance éventuelle.

PRESENTATION DE L'ACTIVITE ET INFORMATION DU PUBLIC

Doivent impérativement figurer :

- la situation au regard de la Convention ;
- les principaux honoraires et l'appartenance à une AGA ;
- les conditions de réalisation de devis (si la discipline exercée l'impose) ;
- les modalités territoriales de réponse aux urgences et de permanence des soins.

Peuvent figurer : la description de la nature des actes et techniques réalisés par le médecin. La description des actes et techniques dans des fiches techniques doit mentionner les références scientifiques ou les sources dont elles seraient issues.



RAPPEL DES OBLIGATIONS DE LA LOI

L'ensemble de la réglementation applicable aux sites Internet doit être respecté, et notamment :

1) La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés qui impose notamment une information en cas de collecte et de traitement de données personnelles :

- notamment en cas de mise à disposition d'un service de rappel de rendez-vous à destination des patients du cabinet.

2) La loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 modifiée pour la confiance dans l'économie numérique qui impose notamment une identification claire du titulaire du site.

INFORMATION DE L'ORDRE

Il est recommandé que le conseil départemental soit informé préalablement de la mise en ligne de tout site et ultérieurement de ses modifications substantielles, par analogie à ce qui est préconisé pour les divers annuaires Professionnels ou plaque signalétique.



Les réseaux sociaux

Deux règles :

- ➡ pas de mention de votre métier, pas de conseils médicaux au cours des échanges : **il faut oublier votre métier** ;
- ➡ ne pas communiquer avec vos patients : les nier comme « amis »

Les sites commerçants

- ➡ sur votre site aucun lien avec ce genre de site et notamment ceux qui proposent des prestations promotionnelles (Goupon) ;
- ➡ Votre nom ne doit apparaître sur aucun site à caractère commercial



Que ce soit une **parution dans un journal ou un entretien télévisuel ou radiophonique**, il convient de se rappeler que le journaliste ne retiendra, la plupart du temps, que ce qui lui plaira et surtout ce que vous avez pu lui dire en OFF.

- ☞ importance donc de la maîtrise de l'information que vous voulez apporter (à marteler éventuellement) ;
- ☞ éviter les OFF qui pourraient se retourner contre vous (++) ;
- ☞ demander à relire l'article sans être certain, que même relu et approuvé , il soit finalement édité en l'état.

Dans tous les cas vous devez maîtriser l'usage qui est fait de votre nom (sans coordonnées associées), pas de publicité ni de promotion personnelle ou de méthodes ou traitements non scientifiquement prouvés.



A retenir

L'information au patient et au public, directe ou médiate, est nécessairement **claire, loyale et appropriée.**

La publicité, sous toutes ses formes, est prohibée.

Laisser la pratique du charlatanisme aux non médecins, au risque de déconsidérer encore plus la profession.

Le site internet, conforme aux préconisations du CNOM, est de préférence soumis à l'aval du CDOM.

Méfiance envers les réseaux sociaux car « *Tout médecin doit s'abstenir, même en dehors de l'exercice de sa profession, de tout acte de nature à déconsidérer celle-ci* » (article R.4127-31 du code de la santé publique).