

Rubrique "Chirurgie plastique" dans les Pages d'Or

Doc	a117006
Date de publication	12/05/2007
Origine	NR
	Commercialisation de la médecine
Thèmes	Publicité et réclame
	Annuaire téléphonique

Rubrique « Chirurgie plastique » dans les Pages d'Or

Les Pages d'Or ont contacté différents médecins pour leur proposer de figurer dans une nouvelle rubrique « Chirurgie plastique », insérée pour répondre à une demande du public. La rubrique comporte des chirurgiens plasticiens mais aussi des dermatologues et même des non-médecins. Il n'y a pas non plus de restrictions de contenu. Il est donc possible de faire la publicité du terrain spécifique de la chirurgie plastique ou esthétique où l'on exerce son activité, et ce sur une ligne de 1mm jusqu'à une zone de 10 cm sur 5.

Les médecins posent la question au Conseil national de l'acceptabilité déontologique de cette rubrique créée sur la base de considérations strictement commerciales.

Avis du Conseil national :

Le Conseil national de l'Ordre des médecins est informé de l'insertion future de la rubrique « Chirurgie plastique » dans les Pages d'Or de l'ensemble du territoire belge, en sus de la rubrique « Docteurs en médecine ».

Il prend acte de la publication actuelle dans les Pages d'Or 2006-2007 d'Anvers et de Malines de cette rubrique nouvelle.

Le Conseil national s'en inquiète. Il constate que cette rubrique rassemble un ensemble de personnes pratiquant des « interventions à visée esthétique ». Ces personnes ne semblent pas toujours être titulaires du titre professionnel de médecin spécialiste en chirurgie plastique, reconstructrice et esthétique, tel que protégé par l'arrêté royal du 25 novembre 1991 établissant la liste des titres professionnels particuliers réservés aux praticiens de l'art médical, en ce compris l'art dentaire. La rubrique « chirurgie plastique » reprend d'ailleurs un certain nombre de personnes non-médecins, ou d'établissements dont l'objet est éloigné de la chirurgie plastique (thalassothérapie, conseils nutritifs en vue d'un amaigrissement, bancs solaires, salons de beauté, etc.).

L'article 35quater de l'arrêté royal n° 78 du 10 novembre 1967 relatif à l'exercice des professions des soins de santé dispose : « Nul ne peut porter un titre professionnel particulier ou se prévaloir d'une qualification professionnelle particulière qu'après avoir été agréé à cet effet par le Ministre qui a la santé publique dans ses attributions ». Il s'ensuit que, légalement, il n'est pas permis de mentionner l'un des titres repris dans l'arrêté royal du 25 novembre 1991, sans être agréé à cet effet par l'autorité compétente. La rubrique « chirurgie plastique » doit dès lors être réservée aux

médecins reconnus comme spécialistes en chirurgie plastique, reconstructrice et esthétique.

Le Conseil national estime en outre que l'insertion de non-médecins et de médecins non reconnus comme spécialistes en chirurgie plastique, reconstructrice et esthétique constitue une publicité trompeuse interdite par l'article 4 de la loi du 2 août 2002 relative notamment à la publicité trompeuse et à la publicité comparative⁽¹⁾.

Le Conseil national estime que cette publicité est de nature à favoriser dans la perception par la population de la banalisation de la chirurgie esthétique et reconstructrice, ce qui est préjudiciable à la santé publique.

Le Conseil national estime que la société Promedia rendrait un service important au public en insérant pour chacune des spécialités médicales reconnues une rubrique spécifique. Chacune de ces rubriques ne devrait comprendre que des personnes habilitées à se prévaloir du titre professionnel dont traite la rubrique.

Le Conseil national fait connaître son point de vue à la société Promedia, éditrice des Pages d'Or.

1. Cet article est rédigé comme suit :

« Sans préjudice de l'application de lois plus contraignantes, toute publicité trompeuse est interdite en matière de professions libérales.

Est trompeuse une publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur, est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent ».