

Collaboration de médecins à des salons présentant des traitements cosmétiques

Doc	a117003
Date de publication	12/05/2007
Origine	NR
	Commercialisation de la médecine
Thèmes	Publicité et réclame
	Relation médecin-patient

Une directrice de ventes souhaite organiser une bourse d'informations à propos de toutes sortes de produits, traitements et opérations esthétiques en combinaison avec un programme de conférences destinées à en expliquer les avantages et les inconvénients au grand public. Elle souhaite savoir quelles sont les directives du Conseil national concernant la participation de médecins à ce type d'événement.

Avis du Conseil national :

Le Conseil national se réfère à l'article 10 du Code de déontologie médicale sous le titre I, chapitre II, relatif aux devoirs généraux des médecins et aux articles 12 à 17 du même Code sous le titre I, chapitre III, relatifs à la publicité. Les textes de ces articles sont les suivants :

« [...]

Titre I, Chapitre II Devoirs généraux des médecins

Art. 10

L'art médical ne peut en aucun cas, ni d'aucune façon être pratiqué comme un commerce.

[...]

Titre I, Chapitre III La publicité

Art. 12

Dans le respect des dispositions du présent chapitre, les médecins peuvent porter leur activité médicale à la connaissance du public.

Art. 13

§1er. L'information donnée doit être conforme à la réalité, objective, pertinente, vérifiable, discrète et claire. Elle ne peut en aucun cas être trompeuse. Elle ne peut être comparative.

Les résultats d'examens et de traitements ne peuvent être utilisés à des fins publicitaires.

§2. La publicité ne peut porter préjudice à l'intérêt général en matière de santé publique et ne peut inciter à pratiquer des examens et traitements superflus. Le rabattage de patients est interdit.

Les campagnes de prévention et de dépistage doivent être scientifiquement étayées et nécessitent l'autorisation préalable de l'instance ordinaire compétente.

§3. Dans leur publicité, les médecins sont tenus d'observer les règles du secret professionnel médical.

Art. 14

La formulation et la présentation de la publicité ainsi que les méthodes et techniques y afférentes, en ce compris les sites Internet, plaques nominatives, en-têtes et mentions dans des annuaires, doivent être conformes aux dispositions de l'article 13.

Art. 15

Les médecins doivent s'opposer activement à toute publicité de leur activité médicale par des tiers, qui ne respecte pas les dispositions du présent chapitre.

Art. 16

Les médecins peuvent prêter leur concours aux médias en vue d'une information médicale pouvant être importante et utile pour le public.

A cet égard, les dispositions du présent chapitre doivent être respectées.

Le médecin informera préalablement le conseil provincial où il est inscrit, de sa participation aux médias.

Art. 17

Lorsque les patients sont amenés par les médias à informer le public, les médecins ne peuvent y participer que dans la mesure où la vie privée et la dignité de ces patients sont préservées. Dans ces circonstances les médecins doivent s'assurer que les patients ont été entièrement informés et que leur participation a été consentie librement.

[...] »

Sur la base de l'article 10, le Conseil national considère que la collaboration de médecins à des salons ayant un caractère commercial est inacceptable. Ni la collaboration de médecins ni la mention des noms de médecins et/ou d'hôpitaux dans ce type de manifestations ou dans l'annonce ou les dépliants de celles-ci ne sont déontologiquement acceptables.

Le Conseil national estime en outre que la participation de médecins à un programme de séminaire comportant des sessions d'information pour le grand public durant ces salons n'est, en règle générale, pas indiquée. Il est préférable que le patient s'informe, en première instance, auprès de son médecin généraliste ou de son médecin traitant, lesquels sont mieux à même d'évaluer ces situations individuelles.

Exceptionnellement, la participation d'un médecin à un programme de séminaire comportant des sessions d'information peut être envisagée à condition que le médecin concerné soit une autorité reconnue sur le plan scientifique et que son nom n'apparaisse ni dans l'annonce ni dans des dépliants ou brochures et ni ultérieurement dans aucune forme de compte rendu.

Le Conseil national renvoie également au premier alinéa de l'article 16 du Code de déontologie médicale suivant lequel les médecins peuvent prêter leur concours aux médias en vue d'une information médicale pouvant être importante et utile pour le public. Cela signifie que la participation n'est possible que si le caractère informatif n'est pas accessoire. En outre, le Conseil national rappelle que le médecin doit avertir de sa participation le conseil provincial dont il relève.