

## Participation des médecins à des émissions de télévision et des articles parus dans la presse

Doc	a134009
Date de publication	16/07/2011
Origine	NR
	Publicité et réclame
Thèmes	Télévision
	Médias

*A la suite des nombreuses réactions à propos de certaines émissions de télé-réalité, de séries documentaires et d'articles parus dans la presse, le Conseil national souhaite attirer l'attention des médecins sur les dérives déontologiques possibles en rapport avec la publicité.*

Avis du Conseil national :

En sa séance du 16 juillet 2011, le Conseil national de l'Ordre des médecins a émis l'avis suivant en matière de participation à des émissions télévisées.

A la suite des nombreuses réactions de confrères à propos de certaines émissions de télé-réalité, de séries documentaires et d'articles parus dans la presse, le Conseil national souhaite attirer l'attention des médecins sur les dérives déontologiques possibles en rapport avec la publicité.

L'information médicale de la population émanant à titre principal des médias, il est indiqué que le corps médical prête son concours à ces initiatives. S'il est souhaitable de parler à la presse en vue d'informer le public, il y a lieu d'être vigilant pour que cette information soit conforme à la réalité, objective, pertinente, vérifiable, discrète et claire. Elle ne peut en aucun cas être trompeuse ni comparative.

Il est nécessaire de rappeler que les informations admises ont trait à ce qui, dans l'activité du médecin est du domaine public (lieu d'activité, spécialité, heures de consultations etc.). Ce qui constitue formellement une réclame dans un but de racolage n'est déontologiquement pas acceptable. Les articles 12 à 17 du Code de déontologie médicale traitant de la publicité doivent être respectés, y compris l'article 15 faisant obligation de s'opposer activement à toute publicité non conforme aux dispositions des articles 13 et 14.

Le Code prévoit également en son article 16 que le conseil provincial sera préalablement informé de toute participation aux médias. Sauf les cas d'urgence où une intervention ne peut absolument pas être différée, un tel contact a pour but de permettre au conseil provincial de prendre connaissance des éléments que le médecin se propose de communiquer et de formuler des observations dans le cadre d'un dialogue collégial. Le Conseil national attire l'attention des conseils provinciaux sur leur responsabilité à donner à cette problématique l'importance qu'elle mérite.

En outre, il faut rappeler que si des patients participent avec le médecin à ces contacts

avec les médias, le médecin doit s'assurer que ces patients ont été informés de façon précise et que leur consentement a été obtenu, conformément à l'article 17 du Code.

Des écarts par rapport à ces règles survenus ces derniers temps nécessitent une mise au point. Dans cette perspective, le Conseil national croit utile de proposer aux conseils provinciaux des « guidelines » sous forme d'une charte à respecter pour tout médecin appelé à fournir son concours dans les médias :

1° Sauf nécessité urgente, l'avertissement préalable du conseil provincial est requis, de même que l'approbation du médecin-chef et du président du conseil médical si le médecin exerce au sein d'une institution de soins. Si l'initiative émane de la direction non médicale de l'institution de soins, il appartient au médecin-chef d'évaluer la portée déontologique de toute initiative et de s'y opposer s'il y a lieu (cf. les recommandations du Conseil national « Missions du médecin-chef / Aspects déontologiques et juridiques » du 14 avril 2008, BCN n°120, p.11).

2° L'information donnée doit être conforme à l'article 13 du Code. Le médecin veillera en particulier à ce que le titre d'une émission ne soit pas racoleur.

3° Il est recommandé que le sujet de toute émission, interview ou article soit traité en une seule fois et non sous forme d'une « série » pour éviter de tomber dans le travers d'une publicité racoleuse.

4° Si des patients participent à une émission, le médecin doit s'assurer personnellement que les conditions prévues à l'article 17 du Code ont été remplies et que les conséquences auxquelles ces patients peuvent être soumis au point de vue de leur image ou du respect de leur vie privée ou professionnelle ont été envisagées et discutées avec eux.

5° Le médecin doit réagir par un droit de réponse ou une forme similaire (article 15 du Code) si des articles ou des bandes -annonces font une publicité racoleuse pour l'article ou l'émission prévue.