

## Sponsoring d'une équipe sportive par un médecin.

Doc	a171015
Date de publication	15/11/2024
Origine	CN
	Médecine sportive
Thèmes	Publicité et réclame

*Le Conseil national de l'Ordre des médecins est interrogé concernant la possibilité pour un médecin de sponsoriser une équipe sportive.*

Ce n'est pas le soutien financier offert par le médecin mais la contrepartie qui en résulte à son avantage, en l'occurrence la promotion de son activité professionnelle, qui motive le présent avis.

Au sens de la loi qualité, l'information professionnelle est toute forme de communication ayant pour but direct et spécifique, peu importe le lieu, le support ou les techniques employées à cet effet, de faire connaître un professionnel des soins de santé ou de fournir des informations sur la nature de sa pratique.

Si le soutien financier du médecin, par exemple à une équipe sportive, s'accompagne d'une communication dont le but est de le faire connaître ou de fournir des informations sur sa pratique, celle-ci doit respecter les exigences déontologiques et légales relatives à l'information professionnelle (article 31, § 1<sup>er</sup>, de la loi du 22 avril 2019 relative à la qualité de la pratique des soins de santé ; article 37 du Code de déontologie médicale).

Le fait que la promotion de son activité professionnelle n'est pas la principale motivation de son support financier est sans incidence sur l'application de ces règles.

L'information professionnelle, quelle qu'en soit la forme, doit être conforme à la réalité, objective, pertinente, vérifiable, discrète et claire, outre qu'elle doit être scientifiquement fondée.

Les informations données ne peuvent pas être trompeuses ni inciter à des prestations médicales superflues.

Le médecin s'oppose à toute publicité de son activité médicale faite par la personne ou le groupe sponsorisé qui ne respecte pas ce qui précède.

Outre le respect de la loi<sup>[1]</sup>, il ne peut être porté préjudice à l'honneur et à la dignité de la profession.

La conformité d'une information professionnelle aux règles de la déontologie médicale s'apprécie concrètement (article 6, 2<sup>o</sup>, de l'arrêté royal n°79 du 10 novembre 1967 relatif à l'Ordre des médecins).

En cas de difficulté, l'Ordre est à la disposition de ses membres pour répondre à leurs questions.

[1] La publicité est également régie par le Code de droit économique (art. 1.8., VI.94, VI. 95 et VI. 97 à VI. 100) ; la loi du 22 avril 2019 relative à la qualité de la pratique des soins de santé (art. 31),

la loi du 23 mai 2013 réglementant les qualifications requises pour poser des actes de médecine esthétique non chirurgicale et de chirurgie esthétique et réglementant la publicité et l'information relative à ces actes ( art. 2, 8°, et 20/1), la loi du 25 mars 1964 sur les médicaments à usage humain (art. 9, § 1<sup>er</sup>), la loi coordonnée du 14 juillet 1994 relative à l'assurance obligatoire soins de santé et indemnités (art. 127, § 2).