

Directives pour l'information et la publicité

Informations: oui, publiereportages: non

Kn. En décembre 2005, la Chambre médicale de la FMH a complété l'annexe 2 du Code de déontologie, à savoir les «Directives pour l'information et la publicité», conformément à la proposition déposée par le président st-gallois. Le délai référendaire étant parvenu à échéance sans avoir été utilisé, le Comité central met la nouvelle teneur de l'annexe 2 en vigueur par sa publication dans le Bulletin des médecins suisses de ce jour.

Nouvelle teneur de l'annexe

Le complément consiste en les deux mots du ch. 3.2 mis en évidence ci-après:

Complément à l'annexe 2 du Code de déontologie
«Directive pour l'information et la publicité»

3. Restriction à l'égard de certains supports d'information

[3.1. ...]

3.2. L'information par voie de presse, médias électroniques ou autres supports similaires peut contenir les indications figurant au ch. 1. Il en va de même pour les circulaires adressées aux patients. La diffusion d'informations à large échelle (papillons, envois postaux, médias électroniques ou canaux d'information analogues, **publiereportages inclus**) est interdite. Les circulaires destinées aux confrères peuvent contenir des informations complémentaires. Les sociétés cantonales de médecine peuvent édicter des prescriptions sur les modalités de diffusion autorisées en matière d'information (lieu, fréquence, envergure, etc.).

Motifs présentés à la Chambre médicale

«La publicité sous forme de publiereportage ressemble à s'y méprendre à une contribution rédactionnelle. Par conséquent, elle brouille – de manière intentionnelle ou non – les clés de lecture du lecteur, de l'auditeur ou du spectateur qui ne sait plus s'il s'agit d'une publicité ou d'un article répondant à des critères journalistiques. Dans d'autres domaines de l'économie, la limite entre les deux formes de communication se fait de plus en plus floue. Nous estimons que les médecins, qui bénéficient d'une relation de confiance particulière, ne doivent pas avoir recours à ce type de publicité.»

La Chambre médicale a approuvé cette proposition à une large majorité; elle n'en a pas non plus contesté les motifs [1].

Portée de cette nouvelle réglementation pour les médecins**Règles à respecter pour une interview**

Les médecins peuvent et devraient donner des interviews car la médecine est un domaine qui a

besoin d'être expliqué. Les «Directives concernant l'activité médiatique du médecin» [2] (inchangées) contiennent les règles à respecter pour les interviews. Voici, en résumé, les règles de base les plus importantes:

- centrer l'interview sur l'objet et non sur la personne;
- respecter la sphère intime du patient;
- ne pas éveiller des espoirs de guérison exagérés;
- se réserver un droit de regard sur les manuscrits; contrôler le texte, les titres et les sous-titres;
- garantir la transparence: à quel titre vous exprimez-vous (personnel ou comme président ou membre du comité d'une société?); si vous représentez une opinion minoritaire, vous mentionnez (ou faites mentionner) l'avis de la majorité.

Annonces publicitaires: règles à respecter pour la teneur et la forme

La teneur des informations voulues est définie uniformément pour toute la Suisse dans le Code de déontologie de la FMH et dans les «Directives pour l'information et la publicité» (annexe 2 du Code de déontologie) [3].

L'importance et la fréquence des annonces ainsi que les médias entrant en ligne de compte continueront d'être fixés démocratiquement par les sociétés cantonales de médecine. Les médecins des Grisons ou de Genève n'utilisent pas forcément les mêmes canaux d'information.

Pas de publiereportage

Soit vous donnez une interview, soit vous faites imprimer une annonce publicitaire payante. Par contre, vous renoncez à la forme mixte du publiereportage. A cet égard, voir ci-avant.

Références

- 1 Müller Imboden A. Procès-verbal de la Chambre médicale extraordinaire de deux jours (1^{er} et 2 décembre 2005). Bull Méd Suisses 2005;86(51): 2795-806.
- 2 «Directives concernant l'activité médiatique du médecin». Annexe 3 du Code de déontologie. www.fmh.ch → Nos prestations → Droit → Droit professionnel → Code de déontologie de la FMH et les annexes → Annexe 3.
- 3 «Directives pour l'information et la publicité», annexe 2 du Code de déontologie. www.fmh.ch → Nos prestations → Droit → Droit professionnel → Code de déontologie de la FMH et les annexes → Annexe 2.

Correspondance:
FMH
Secrétariat du service juridique
Case postale 170
CH-3000 Berne 15
Tél. 031 359 11 11
Fax 031 359 11 12
lex@fmh.ch