



Les nouveaux médias et le praticien

*YouTubeur, influenceur, publiereportage,
jeux-concours : ce que peut faire et ce que
ne peut pas faire le chirurgien-dentiste.
Réponse dans ce dossier.*



➔ **P**eut-on être à la fois YouTubeur et chirurgien-dentiste ? Influenceur et chirurgien-dentiste ? Un praticien peut-il organiser un jeu-concours ou encore faire l'objet d'un publiereportage, voire en être à l'origine ?

La réponse à ces questions dépendra souvent du caractère privé ou professionnel de la démarche et, dans tous les cas, de sa dimension commerciale ou non articulée à l'exercice de notre profession. Avant d'entrer dans le détail, rappelons que ces problématiques sont loin d'être anecdotiques. Certains professionnels de santé – dont des chirurgiens-dentistes – comptent des milliers de followers, parfois des millions.

On ne s'étonnera donc pas que la commission Exercice et Déontologie du Conseil national soit régulièrement saisie de ces questions, les recommandations générales en matière de communication, publiées par le Conseil national le 6 mai 2021 et modifiées le 9 décembre dernier, ne suffisant manifestement pas.

Disons-le, les pratiques non conformes se sont intensifiées. Une limite claire doit être tracée entre ce qui est acceptable et ce qui contrevient aux principes déontologiques, fondements de la confiance du public envers notre profession.

Sur proposition de la commission Exercice et Déontologie, le Conseil national a donc adopté, lors de sa dernière session de décembre 2021, les règles claires s'appliquant aux quatre cas pratiques – d'autres suivront – décrits ci-dessous. Certains praticiens, parfois trompés par des « conseillers » en publicité et communication, sont en effet persuadés que tout est autorisé depuis la « libération » de la communication des professionnels de santé, et qu'ils peuvent faire ce qu'ils veulent en matière de publicité. Cela n'est pas le cas.



INFLUENCEUR

Un influenceur est une personne, rémunérée ou non, exprimant un point de vue ou donnant des conseils à son public via un blog personnel et/ou tout autre support sur les réseaux sociaux (TikTok, Facebook, etc.). Il est en capacité d'influencer son auditoire en modifiant ses modes de consommation. Il peut agir en tant qu'ambassadeur d'une marque ou pour son propre compte. Par nature, son influence dépend évidemment de sa popularité, de son expertise sur son thème d'intervention et de l'étendue de sa cible (ses followers et/ou abonnés).

Des chirurgiens-dentistes, de plus en plus nombreux, entrent dans cette définition générale de l'influenceur. Précisons d'ailleurs que, au-delà de cette influence « directe », des chirurgiens-dentistes, en faisant appel à des influenceurs non-chirurgiens-dentistes, se placent en situation d'exercer une forme d'influence indirecte.

Avant d'en venir à ce que l'on peut ou non envisager, il est important d'alerter sur les comptes privés et professionnels des praticiens. Lorsqu'un confrère utilise son compte privé pour faire passer des informations professionnelles, ou pour donner des conseils d'ordre professionnel, il est concerné par les points développés ci-dessous.

Situation n° 1 : oui à titre privé

Le chirurgien-dentiste peut évidemment exercer une activité d'influenceur à titre privé, hors du champ de la profession de chirurgien-dentiste, sans lien avec son exercice ou sa pratique. Il reste, bien sûr, soumis au droit commun, mais aussi au Code de déontologie et au Code de la santé publique.





Nouveaux médias et communication

Ce qui est possible et ce qui ne l'est pas.

1 Un chirurgien-dentiste peut-il être influenceur ou YouTubeur ?

À titre strictement privé



OUI

Hors du champ de la profession de chirurgien-dentiste, sans lien avec son exercice ou sa pratique. Il reste soumis au droit commun, mais aussi au Code de déontologie et au Code de la santé publique.

À titre professionnel.....>



OUI mais

L'activité devra être circonscrite à la diffusion d'informations sans lien ou rattachement possible avec son exercice professionnel, sans publicité pour un tiers ou une marque, directe ou indirecte. Il reste soumis au droit commun, mais aussi au Code de déontologie et au Code de la santé publique.

NON

S'il recourt à :

- des placements de produits dentaires
- tout contrat avec des marques dentaires
- toute rémunération selon le nombre de followers, le nombre de vues ou d'abonnés
- la publicité personnelle et/ou pour sa structure de soins
- toute orientation de consommation dentaire
- la mise en scène entre sa vie privée et sa vie professionnelle
- la recherche du sensationnel
- au dénigrement d'autres pratiques



2 Un chirurgien-dentiste peut-il organiser des événements et des jeux-concours ?

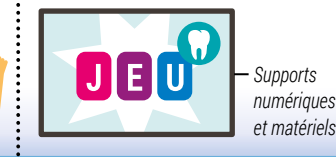
À titre strictement privé



OUI

Hors du champ de sa profession de chirurgien-dentiste, sans lien avec son exercice ou sa pratique, sans publicité pour un tiers ou une marque dans le domaine dentaire.

À titre professionnel.....>



OUI mais

Dans le cadre d'une diffusion d'informations professionnelles, mais sans lien avec son exercice ou sa pratique, sans publicité pour un tiers ou une marque dentaire.

NON

S'il recourt à :

- des promotions et toute offre promotionnelle de manière générale dans le domaine dentaire
- des cadeaux
- des partenariats avec des influenceurs, blogueurs, YouTubeurs, boutiques, etc.
- au dénigrement d'autres pratiques



3 Un chirurgien-dentiste peut-il avoir recours à des publireportages?.....>

NON

Tout publireportage est interdit au chirurgien-dentiste



➔ Situation n° 2 : oui à titre professionnel, mais...

Le chirurgien-dentiste peut exercer un rôle d'influenceur en lien avec le domaine dentaire. Mais son activité devra être circonscrite à la diffusion d'informations sans lien ou rattachement possible avec son exercice professionnel et, bien entendu, sans publicité pour un tiers ou une marque, directe ou indirecte. Là encore, le praticien est soumis au droit commun et aux codes de déontologie et de la santé publique.

Situation n° 3 : non à titre professionnel si...

Le chirurgien-dentiste ne peut exercer un rôle d'influenceur en lien avec le domaine dentaire quand il recourt :

- à des placements de produits dentaires ;
- à tout contrat avec des marques dentaires ;
- à toute rémunération selon le nombre de followers ;
- à la publicité personnelle et/ou pour sa structure de soins ;
- à la mise en scène entre sa vie privée et sa vie professionnelle ;
- à toute orientation de consommation dentaire ;
- au dénigrement d'autres pratiques.



YOUTUBEUR

Qu'il s'agisse de YouTube ou de tout autre média analogue (Twitch, Odysee, etc.), un YouTubeur est un vidéaste web qui réalise et publie régulièrement du contenu vidéo sur une plateforme d'hébergement vidéo, un blog, ou les réseaux sociaux. Il est très proche de l'influen-

ceur voire, bien souvent, c'est précisément un influenceur.

Les règles qui doivent encadrer l'activité des YouTubeurs sont analogues aux règles qui s'appliquent aux chirurgiens-dentistes influenceurs. Avant de faire le point sur les actions autorisées et proscrites, insistons, là encore, sur la question des comptes privés utilisés par les praticiens pour faire passer des informations professionnelles, ou pour donner des conseils d'ordre professionnel. Ils sont évidemment concernés par les points développés ci-dessous.

Situation n° 1 : oui à titre privé

Le chirurgien-dentiste peut évidemment exercer une activité de YouTubeur à titre strictement privé, hors du champ de la profession de chirurgien-dentiste, sans lien avec son exercice ou sa pratique. Il reste, bien sûr, soumis au droit commun, mais aussi au Code de déontologie et au Code de la santé publique.

Situation n° 2 : oui à titre professionnel, mais...

Le chirurgien-dentiste peut exercer un rôle de YouTubeur en lien avec le domaine dentaire. Mais son activité devra être circonscrite à la diffusion d'informations sans lien ou rattachement possible avec son exercice professionnel et, bien entendu, sans publicité pour un tiers ou une marque, directe ou indirecte. Là encore, le praticien est soumis au droit commun et aux codes de déontologie et de la santé publique.

Situation n° 3 : non à titre professionnel si...

Le chirurgien-dentiste ne peut exercer un rôle de YouTubeur en lien avec le domaine dentaire quand il recourt à :

- à la mise en scène entre sa vie privée et sa vie professionnelle ;
- à la recherche du sensationnel ;
- à la rémunération selon le nombre de vues ou d'abonnés ;
- à tout contrat avec des marques ;
- à un placement de produits ;
- à une publicité personnelle ;
- à toute orientation de consommation ;
- au dénigrement d'autres pratiques. ➔



GENEVIÈVE WAGNER,

vice-présidente du Conseil national, présidente de la commission Exercice et Déontologie

« Une démarche d'information et de pédagogie »



Pourquoi le Conseil national juge-t-il nécessaire d'informer les praticiens sur les nouveaux médias ainsi que sur les publiereportages et la pratique de jeux-concours ?

Depuis le décret du 22 décembre 2020 puis la publication, le 6 mai 2021, des recommandations de l'Ordre sur la communication du chirurgien-dentiste, nous constatons une augmentation des dérives. Les remontées des conseils départementaux de l'Ordre ainsi que les alertes émanant directement de praticiens se multiplient. Le Conseil national a donc estimé qu'il était temps de donner un certain nombre de repères clairs et précis sur des situations concrètes. La communication via les réseaux s'y prête car des règles générales pratiques peuvent être données afin que cessent ces dérives.

Pourquoi élargissez-vous ces rappels aux publiereportages et aux jeux-concours ?

Parce que, là encore, nous constatons une multiplication des dérives. Certains titres de la presse magazine font ainsi paraître des publiereportages vantant les mérites de tel ou tel cabinet dentaire. C'est strictement interdit, n'en déplaise à certains avocats ou vendeurs d'espaces publicitaires qui affirment le contraire

à des praticiens qui se laissent abuser avec plus ou moins de bonne foi. Un reportage sur un cabinet dentaire est interdit. Un publiereportage – donc payant – l'est évidemment aussi. Idem pour ces jeux-concours où des praticiens offrent, par tirage au sort des bonnes réponses, un acte gratuit au vainqueur, un éclaircissement par exemple. Notre profession ne peut s'exercer comme un commerce. Ce type de « réclame » heurte plusieurs dispositions de notre Code de déontologie susceptibles de poursuites juridictions disciplinaires de le dire.

Cela signifie-t-il que ces dérives donnent lieu à des saisines des juridictions ?

Les cas les plus caricaturaux ou les plus extrêmes ont donné lieu à des poursuites disciplinaires récentes, c'est un fait. Mais ces dérives étant relativement nouvelles, nous sommes pour l'heure dans une démarche d'information et de pédagogie sur ce qui peut être fait ou non. C'est précisément notre propos ici. En cas de doute des praticiens, nous ne pouvons que les encourager à se rapprocher de leur conseil départemental. Ces derniers ont d'ailleurs commencé ce travail pédagogique avec certains praticiens, dont la plupart ont su réajuster le tir.



ÉVÉNEMENTS ET JEUX-CONCOURS

Situation n° 1 : oui à titre privé

Le chirurgien-dentiste peut évidemment organiser des événements ou des jeux-concours hors du champ de sa profession de chirurgien-dentiste, sans lien avec son exercice ou sa pratique, sans publicité pour un tiers ou une marque.

Situation n° 2 : oui à titre professionnel, mais...

Le chirurgien-dentiste peut organiser des événements ou des jeux-concours dans le cadre d'une diffusion d'informations professionnelles, mais sans lien avec son exercice ou sa pratique, sans publicité pour un tiers ou une marque.

Situation n° 3 : non à titre professionnel si...

Le chirurgien-dentiste ne peut organiser des événements ou des jeux-concours dans le cadre d'une diffusion d'informations professionnelles quand il recourt à des pratiques de :

- promotions (exemple : trois couronnes pour le prix de deux) et toute offre promotionnelle de manière générale ;
- cadeaux (exemple : 20 % de réduction au 20^e appel pour un rendez-vous)
- diffusions des résultats de ces événements et concours ;
- partenariats avec des influenceurs, blogueurs, YouTubeurs, boutiques, etc.

PUBLIREPORTAGE

Le publireportage, comme l'organisation de jeux-concours, n'est pas un nouveau média ni une nouvelle forme de communication.

C'est un procédé bien connu consistant, généralement sous la forme d'un article dans la presse écrite ou d'une interview télévisée (sur une chaîne classique ou via les réseaux), à promouvoir, souvent contre paiement à l'éditeur ou au diffuseur, une marque ou un produit.

Dans le cas de notre profession, il s'agira de prôner un produit, un chirurgien-dentiste ou sa structure ou son activité professionnelle.

Dans tous les cas, cette pratique est interdite. Tout publireportage est interdit au chirurgien-dentiste, via par exemple, des articles promotionnels élogieux. Sont interdits les contrats passés avec des éditeurs ou diffuseurs.

Bien sûr, et a fortiori, toute information tronquée ou toute pratique comparative est proscrite. ●

