

Annexe 2 au Code de déontologie FMH

Directives pour l'information et la publicité

La présente annexe 2 au Code de déontologie FMH a été adoptée par la Chambre médicale suisse en date du 12 décembre 1996 ; elle est entrée en vigueur le 1^{er} juillet 1997.

Révisions : 01^{er}/02 décembre 2005
 04 mai 2017
 31 octobre 2019
 8 juin 2023

1. Informations admises (Code de déontologie, art. 20 al. 1)

1.1 L'information du public est considérée comme nécessaire lorsqu'elle facilite le choix du médecin approprié. Cette information consiste à indiquer :

- les qualifications professionnelles;
- la carrière professionnelle, l'âge, les connaissances linguistiques;
- les visites à domicile, l'accueil de nouveaux patients, les horaires de consultation;
- les formes de collaboration ou la désignation de partenaires (p. ex. cabinet de groupe réunissant des médecins et/ou d'autres membres de professions médicales, fonction de médecin agréé, de médecin-chef, rapports contractuels avec un assureur dans le cadre de formes particulières d'assurance);
- l'offre de prestations personnelles (p. ex. physiothérapie, propharmacie, opérations effectuées au cabinet, imagerie médicale);
- l'affiliation à des associations médicales.

1.2 L'information sur les domaines d'activité médicale exercés, notamment la mention d'une spécialisation dans certaines méthodes diagnostiques et thérapeutiques, est admise dans la mesure où **la qualification professionnelle** acquise répond aux exigences de la Réglementation pour la formation postgraduée. La mention de titres étrangers de spécialiste doit être accompagnée de la mention de l'organisation qui les a décernés. Les recommandations de la FMH et de l'ISFM relatives à la mention des titres doivent être prises en compte.

1.3 La mention d'une raison sociale (institut X, clinique de jour, centre de santé, etc.) pour désigner une institution non hospitalière est admissible pour autant qu'elle soit conforme aux prescriptions légales et qu'elle ne soit pas trompeuse. Les sociétés cantonales de médecine peuvent édicter des prescriptions plus précises en la matière.

2. Publicité illicite (Code de déontologie, art. 20 al. 2)

2.1 Une information est réputée **non objective** lorsqu'elle ne garantit pas l'objectivité médicale voulue, ne se fonde pas sur l'expérience ou ne répond pas, tant par sa teneur que par sa forme, au besoin d'information des patients ou des confrères.

2.2 Une information est réputée **mensongère** lorsqu'elle ne s'appuie pas sur des faits.

2.3 **L'information nuit à la réputation de la profession médicale**, en particulier lorsqu'elle :

- établit des comparaisons discréditant des confrères, rabaissant p. ex. leur activité ou leurs méthodes médicales;
- contient des recommandations émanant de patients;
- relève de l'autopromotion ou présente l'activité médicale propre dans un style ouvertement publicitaire, appuyé et tapageur;
- éveille dans le public des espoirs insensés ou de nature à fausser le jugement;
- manque de sérieux ou est contraire à la dignité ou aux bonnes mœurs;
- recherche principalement à produire un effet publicitaire.

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

3.1 Plaques apposées à l'entrée du cabinet médical

Les plaques peuvent contenir les indications figurant au ch. 1.

Les sociétés cantonales de médecine peuvent édicter des prescriptions sur le graphisme, la dimension, la mise en place des plaques à la porte du cabinet médical et de celles situées dans un périmètre plus ou moins proche.

3.2 Papier à lettres, correspondance, etc.

Les informations selon le ch. 1 peuvent être communiquées sur le papier à lettres, les formulaires de factures, etc.

3.3 Annonces dans les médias et sur des supports d'information similaires

Il est autorisé de communiquer les informations selon le ch. 1 sur des annonces dans les médias et sur des supports d'information similaires.

Les sociétés cantonales de médecine peuvent édicter des prescriptions sur les modalités de diffusion autorisées en matière d'information (lieu, fréquence, envergure, etc.).

3.4 Circulaires

Les circulaires destinées à ses propres patients, y compris les newsletters électroniques, sont admises pour autant qu'elles se limitent à des informations au sens du ch. 1 ou à des fins de prévention. Les patients doivent avoir donné leur consentement. Les circulaires destinées aux confrères peuvent contenir des informations complémentaires.

La diffusion d'informations publicitaires sous forme d'envoi à large échelle comme la distribution de flyers, d'envois postaux non nominatifs, de courriels, d'envois groupés via des plateformes digitales ou d'autres messages non sollicités n'est pas admise.

3.5 Sites web

La création et la gestion de sites internet professionnels sont autorisées à condition que les prescriptions des ch. 1 et 2 soient respectées. Des contributions spécialisées, des articles de presse ou des communiqués aux médias peuvent être publiés sur le site internet, pour autant qu'ils aient un lien avec l'activité médicale.

Les sociétés cantonales de médecine peuvent édicter des prescriptions complémentaires (notamment sur le graphisme, le contenu et le nom de domaine des sites internet).

3.6 Réseaux sociaux

La présence sur les réseaux sociaux est autorisée. L'activité privée doit être séparée de l'activité professionnelle, particulièrement en ce qui concerne la communication avec les patients. Le secret médical doit être respecté en tout temps.

Les prescriptions relatives à la collégialité et aux critiques inadmissibles s'appliquent également aux activités sur les réseaux sociaux et internet. Il convient de veiller à une communication professionnelle respectueuse et objective.

Le ch. 3.5 s'applique aussi à l'activité des médecins sur les réseaux sociaux. Les sociétés cantonales de médecine peuvent édicter des prescriptions complémentaires.

Les recommandations de la FMH servent de guide en matière de gestion des réseaux sociaux.

3.7 Annuaire publics, moteurs de recherche et plateformes numériques d'évaluation

Les informations selon le ch. 1 peuvent être communiquées pour faire connaître l'activité médicale dans des annuaires d'adresses et des annuaires téléphoniques officiels ou privés, y compris dans des annuaires numériques. Si un annuaire officiel contient une rubrique « Médecins », les médecins sont autorisés à s'inscrire sous cette rubrique.

Il est interdit d'influencer des patients ou des tiers afin d'obtenir des évaluations ou commentaires positifs ou négatifs.

Les prescriptions des ch. 3.5 et 3.6 s'appliquent également aux annuaires publics, aux moteurs de recherche et aux plateformes numériques. Les sociétés cantonales de médecine peuvent édicter des prescriptions complémentaires.

Les recommandations de la FMH servent de guide en matière de gestion des évaluations en ligne et des moteurs de recherche.