



Interdiction jurisprudentielle des présentations publicitaires d'un cabinet dentaire sur internet

publié le 08/05/2012, vu 6156 fois, Auteur : [Anthony BEM](#)

Le 27 avril 2012, le Conseil d'État a jugé que le site internet d'un professionnel libéral tel qu'un chirurgien-dentiste peut comporter des informations médicales à caractère objectif et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique mais il ne peut constituer un élément de publicité et de valorisation personnelles du praticien et de son cabinet (Conseil d'État, 4ème et 5ème sous-sections réunies, 27 avril 2012, n°348259).

En l'espèce, le Conseil national de l'ordre des chirurgiens-dentistes et le conseil départemental de l'ordre de Haute-Savoie, au tableau duquel le praticien poursuivi était inscrit, ont déposé une plainte disciplinaire à l'encontre d'un dentiste pour avoir publié un site internet en vue de présenter son cabinet mettent en avant son profil personnel, des réalisations opérées sur des patients, les soins qu'il prodigue et les spécialités dont il se recommande, qui excèderaient de simples informations objectives.

La chambre disciplinaire de première instance de l'ordre des chirurgiens-dentistes de la région Rhône-Alpes a prononcé à son encontre la sanction de l'interdiction d'exercer la profession de chirurgien-dentiste pendant deux mois avec sursis partiel.

Suite à un recours de la part du praticien, la chambre disciplinaire nationale a considéré qu'un tel site constituait une présentation publicitaire du cabinet dentaire en cause, constitutive d'un manquement aux devoirs déontologiques.

Pour mémoire, l'article R. 4127-215 du code de la santé publique dispose que :

« La profession dentaire ne doit pas être pratiquée comme un commerce. / Sont notamment interdits : (...) 3° Tous procédés directs ou indirects de publicité ; / 4° Les manifestations spectaculaires touchant à l'art dentaire et n'ayant pas exclusivement un but scientifique ou éducatif ... ».

De plus, l'article R 4127-225 du même code dispose que :

« sont également interdites toute publicité, toute réclame personnelle ou intéressant un tiers ou une firme quelconque ».

Ainsi, le conseil d'état a jugé que :

« si le site internet d'un chirurgien-dentiste peut comporter, outre les indications expressément mentionnées dans le code de la santé publique, des informations

médicales à caractère objectif et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique, il ne saurait, sans enfreindre les dispositions précitées de ce code et les principes qui les inspirent, constituer un élément de publicité et de valorisation personnelles du praticien et de son cabinet ... qu'en jugeant qu'un tel site constituait une présentation publicitaire du cabinet dentaire en cause, constitutive d'un manquement aux devoirs déontologiques, la chambre disciplinaire nationale, qui a suffisamment motivé sa décision, n'a pas commis d'erreur de droit et a exactement qualifié les faits de l'espèce ».

Bien que les juges n'ont malheureusement pas précisé pas en quoi le site internet en question violait les règles déontologiques, cette décision est intéressante à plus d'un titre :

Tout d'abord, pour la première fois, la plus haute juridiction administrative se prononce sur l'exploitation d'un site internet de la part d'un professionnel de santé, en limitant l'usage de l'internet pour les médecins libéraux dans le cadre de leur activité médicale.

Ainsi, cet arrêt illustre une appréciation très large de la publicité en considérant qu'un médecin auteur d'un site internet fait de la publicité commerciale contrairement à la réglementation à laquelle il est soumis.

Or, indépendamment du contenu présent sur le site internet litigieux, il me semble qu'édiiter un site internet n'est pas à proprement parler faire de la publicité en ligne à la différence du référencement payant Adwords de Google, appelé autrefois par la firme californienne "lien commerciaux".

Pour mémoire, les liens « Adwords » de Google sont les liens internet de publicité affichés en haut ou à droite des résultats d'une requête sur le moteur de recherche de Google.

Les annonceurs choisissent des mots clés qui permettront d'avoir de la visibilité sur internet et apparaître en meilleur place dès qu'un internaute tapera ces mots clés dans une requête sur Google.

Enfin, il est intéressant de relever que les juges administratifs estiment qu'un site internet ne peut constituer un élément d'actif permettant à un médecin de valoriser son cabinet alors même qu'internet peut être un vecteur important de patientèle.

Je suis à votre disposition pour toute information ou action.

PS : Pour une recherche facile et rapide des articles rédigés sur ces thèmes, vous pouvez taper vos "mots clés" dans la barre de recherche du blog en haut à droite, au dessus de la photographie.

Anthony Bem
Avocat à la Cour
27 bd Malesherbes - 75008 Paris
Tel : 01 40 26 25 01

Email : abem@cabinetbem.com

www.cabinetbem.com