

## Chapitre 18

### SUR LA PUBLICITE DES PROFESSIONNELS DE L'EQUIPE DE LA SANTE

**Art. 318.-** Le fait de publier des annonces professionnelles ne contrarie pas l'éthique, pourvu qu'elles maintiennent le sérieux et la discrétion propres de l'activité de l'Equipe de la Santé, responsablement exercée.

**Art. 319.-** Le professionnel peut offrir ses services au public à travers des annonces à dimensions et caractères discrets, en se limitant à indiquer son nom, prénom, diplômes scientifiques universitaires, services hospitaliers ou autres, ses horaires de consultation, adresse, numéro de téléphone, adresse e-mail ou tout autre genre de communication à venir. Il doit éviter les promesses des services gratuits irréels, ainsi que la mention des tarifs fixés.

**Art. 320.-** Si un membre de l'Equipe de la Santé s'offre comme Spécialiste d'une branche de la Médecine, en citant des diplômes non certifiés par une Société Scientifique non ou Universitaire, ou correspondant à une Spécialité non officialisée par le Ministère de la Santé, il transgresse l'Ethique.

**Art. 321.-** « La publicité d'un Membre de l'Equipe de la Santé ne doit ni promettre des guérisons infaillibles, ni utiliser des médicaments ou procédés proclamés secrets, ni transcrire la reconnaissance des patients, ni faire sa publicité du genre commercial (affiches, enseignes lumineuses, etc). Il ne faut pas vanter de nouvelles méthodes ou procédés spéciaux, pas de traitements ou modifications encore discutés, dont l'efficacité n'a pas été prouvée par les institutions officielles ou scientifiques.

**Art. 322.-** La fait de consigner le Diplôme de Docteur en Médecine ou de Professeur Universitaire dans les ordonnances ou les cachets n'est accesible qu'à ceux qui sont déjà diplômés.

**Art. 323.-** On ne doit pas utiliser comme publicité destinée au grand public des articles, des conférences, des reportages ou d'autres activités de diffusion scientifique pour une promotion personnelle ou institutionnelle. L'information doit se limiter aux renseignements concrets que le public a besoin de connaître.

**Art. 324.-** Le Membre de l'Equipe de la Santé doit veiller à ce que son nom ne soit pas exhibé dans certains endroits qui compromettent le sérieux de sa profession; son apparition publique dans les médias doit s'accompagner du respect dû à sa propre compétence professionnelle, et à celle de ses collègues prestigieux.

**Art. 325.-** La participation à des activités de diffusion scientifique peu sérieuse n'est pas éthique, surtout si elle peut susciter des interprétations équivoques dans le public en général.

**Art. 326.-** Une publicité subreptice à travers les médias contenant le nom d'un médecin, sa spécialité et son numéro de téléphone liés à des thérapeutiques variées atteint gravement l'Éthique et viole les normes légales.

**Art. 327.-** Ceux qui promettent des services gratuits ou qui explicitent leur tarifs manquent gravement à l'éthique professionnelle.