

Par la Direction des enquêtes

## La publicité et l'utilisation du titre de médecin à des fins commerciales

**7 décembre 2015**

Depuis quelques années, nous assistons à une explosion du nombre des publicités associant le titre d'un ou de plusieurs médecins au nom commercial d'un médicament ou d'un produit, à son logo ou à celui de la compagnie qui le fournit, particulièrement dans le domaine des soins médico-esthétiques. De telles publicités se retrouvent dans les cabinets ou les cliniques médicales, mais elles sont aussi présentes dans tous les médias, à savoir les publications écrites, les sites Web, la radio, la télévision et les médias sociaux.

La Direction des enquêtes désire rappeler au médecin qu'il doit agir de manière à sauvegarder son indépendance professionnelle. Il ne peut permettre que son titre soit utilisé à des fins commerciales<sup>1</sup>.

Ainsi, dans une publicité s'adressant au public, le médecin ne peut lier son titre à une compagnie pharmaceutique ni au nom commercial des médicaments utilisés ou prescrits.

Pour informer les patients de ses services, s'il est pertinent de préciser le médicament utilisé, le médecin devrait opter pour son nom générique ou le désigner par sa catégorie pharmacologique.

Dans sa publicité, il est aussi interdit au médecin d'utiliser les logos d'une compagnie commerciale, d'un médicament ou d'un produit. Il en est de même pour les ordonnances qui ne doivent pas contenir le nom ou le logo d'un produit, d'un service ou d'un fournisseur de produits ou de services<sup>2</sup>. Les hyperliens permettant à un utilisateur d'être dirigé de la page Web d'un médecin ou d'une clinique médicale vers le site d'une compagnie commerciale sont également proscrits.

Mentionnons que des listes de médecins prescripteurs d'un médicament sont parfois accessibles sur le site Web d'une compagnie pharmaceutique. Cela constitue une utilisation du titre de médecin à des fins commerciales. Les médecins concernés devraient faire les démarches nécessaires auprès de la compagnie pour que leur nom soit retiré d'une telle liste.

Les médecins font souvent appel à une firme publicitaire pour la création de la publicité de leur clinique. Ils doivent alors être vigilants afin de s'assurer que les personnes qui concevront leurs publicités ou élaboreront leurs plateformes Web connaissent bien les règles applicables dans le respect de leurs obligations déontologiques<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> *Code de déontologie des médecins*, art. 63 et 75.

<sup>2</sup> *Règlement sur les normes relatives aux ordonnances faites par un médecin*, art. 3.

<sup>3</sup> *Code de déontologie des médecins*, art. 2 et 9.