



Non, un praticien ne peut pas recommander un dentifrice !

Contrairement à ce qu'a prétendu un moment une association d'autorégulation de la publicité en France, un chirurgien-dentiste ne peut en aucune manière, quel que soit le support utilisé, mettre en avant un produit cosmétique.

Un chirurgien-dentiste ne peut pas recommander un produit cosmétique – un dentifrice par exemple –, et ce quel que soit le support de diffusion utilisé. Il peut certes préconiser l'utilisation d'un composant provenant d'un produit cosmétique ou encore s'approprier un message général relatif à l'hygiène-

ne, mais cette recommandation ne peut en aucun cas revêtir la forme d'un message publicitaire ou promotionnel.

Pourtant, un moment de flottement a pu avoir lieu lorsque l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) publie, en octobre dernier, un communiqué dans lequel cet organisme as-

souplit ses règles relatives à la communication publicitaire des produits cosmétiques. En effet, cette recommandation dite « *Produits cosmétiques* » prévoit l'intervention directe d'un professionnel de santé dans la promotion d'un produit cosmétique. C'est faire peu cas du Code de la santé publique (CSP), qui interdit aux pra-

ticiens toute publicité, toute réclame intéressant un tiers ou une firme quelconque, et qui prime bien évidemment sur les règles que peut édicter l'ARPP, association professionnelle réunissant des annonceurs, des médias et des agences de publicité. Hélas, mal interprétée, cette information est alors relayée le 29 octobre der-



L'ESSENTIEL

- ✓ Un organisme d'autorégulation de la publicité, l'ARPP, a édicté une « réglementation » selon laquelle un chirurgien-dentiste pouvait recommander un produit cosmétique, avant de convenir des exceptions et des spécificités attachées aux professions réglementées.
- ✓ Relayée par une newsletter dentaire, cette recommandation de l'ARPP n'a aucune portée pour le chirurgien-dentiste.
- ✓ Un praticien contreviendrait à plusieurs dispositions déontologiques s'il recommandait, par exemple, une marque de dentifrice dans une publicité.

nier par une newsletter professionnelle, *La Lettre d'info du chirurgien-dentiste*, dans un article intitulé « Un chirurgien-dentiste peut recommander un dentifrice ». Les chirurgiens-dentistes destinataires de cette newsletter

peuvent ainsi lire, à tort, qu'« une publicité pourra désormais montrer un chirurgien-dentiste qui recommande un produit d'hygiène bucco-dentaire particulier ».

Alerté, l'Ordre a adressé un courrier à l'ARPP en

l'informant des dispositions du CSP s'imposant à notre profession réglementée, ainsi qu'au directeur de la publication de la newsletter, lui rappelant les dispositions déontologiques du CSP. Ce dernier est volontiers convenu de son erreur et a mis en ligne un rectificatif sur son site Internet, le 27 novembre dernier.

Quant à l'ARPP, elle a précisé dans un courrier en réponse au Conseil national de l'Ordre, que « la possibilité de recommandation d'un produit cosmétique par un chirurgien-dentiste n'est envisageable que dans le strict respect des dispositions du Code de déontologie, et notamment des articles R. 4127-215

et R. 4127-225 du Code de la santé publique ».

L'ARPP s'est engagée à la plus grande vigilance de sa direction « Service conseil » sur les exceptions et les spécificités tenant aux professions réglementées.

Un praticien qui ferait la promotion d'un produit cosmétique d'une marque précise, dans la presse ou sur tout autre support, encourrait une poursuite disciplinaire.

Dans cette hypothèse, on peut aisément supposer que, si ce praticien se prévalait de la « recommandation » sur les produits cosmétiques de l'ARPP, son argumentaire pèserait peu face à ses obligations déontologiques telles que précisées dans le CSP. ■

L'ARPP, qu'est-ce que c'est ?

L'ARPP est l'organisme de régulation professionnelle de la publicité en France, lit-on sur son site Internet. Elle a pour but de « mener toute action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine, dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité ». L'ARPP n'a pas de délégation de service public de l'État, et est administrée par des professionnels de la publicité (annonceurs, agences et médias). Ses « réglementations » ne sauraient avoir quelque portée que ce soit pour un chirurgien-dentiste, membre d'une profession médicale réglementée.