

DIRECTIVES EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

pour les professionnel-le-s de la santé soumis-e-s à la Loi de santé du Canton de Neuchâtel

I. PRÉAMBULE

Aux niveaux fédéral et cantonal, la publicité est régie par les dispositions principales suivantes :

- Niveau fédéral

Selon la Loi fédérale sur les professions médicales universitaires du 23 juin 2006 (ci-après : LPMéd), « *Les personnes exerçant une profession médicale universitaire sous leur propre responsabilité professionnelle doivent s'abstenir de toute publicité qui n'est pas objective et qui ne répond pas à l'intérêt général ; cette publicité ne doit en outre ni induire en erreur ni importuner* » (art. 40 let. d LPMéd).

Cette disposition ressort également de la Loi fédérale sur les professions relevant du domaine de la psychologie du 18 mars 2011 (ci-après : LPsy), qui indique que « *les personnes exerçant la psychothérapie sous leur propre responsabilité professionnelle doivent s'abstenir de toute publicité qui n'est pas objective, ne répond pas à l'intérêt général, induit en erreur ou est importune* » (art. 27 let. d LPsy), ainsi que de la Loi fédérale sur les professions de la santé du 30 septembre 2016 (ci-après : LPSan), qui précise que « *les personnes exerçant une profession de la santé sous leur propre responsabilité professionnelle doivent s'abstenir de toute publicité qui n'est pas objective, ne répond pas à l'intérêt général, induit en erreur ou est importune* » (art. 16 let. e LPSan) ;

- Niveau cantonal

L'article 65 de la Loi de santé du 6 février 1995 (ci-après : LS) traite de la publicité de la manière suivante : « *Les professionnel-le-s de la santé au sens de l'article 53 doivent s'abstenir de toute publicité qui n'est pas objective et qui ne répond pas à l'intérêt général ; cette publicité ne doit en outre ni induire en erreur ni importuner* ».

Concernant certains termes de cette loi, l'article 7 du Règlement concernant l'exercice des professions médicales universitaires et des autres professions de la santé du 2 mars 1998 (ci-après : Règlement des professions de la santé) précise ce qui suit :

« ¹Les professionnels de la santé au sens de l'article 53 LS doivent s'abstenir de toute publicité qui n'est pas objective et qui ne répond pas à l'intérêt général ; cette publicité ne doit en outre ni induire en erreur ni importuner.

²La publicité à caractère purement commercial, allant au-delà de messages contenant des informations objectives et utiles au public, leur est notamment interdite.

³Par publicité, on entend les annonces ou réclames dans les médias (presse, radio, télévision, cinéma, supports informatiques divers) ainsi que par voie d'enseignes, d'affiches, de prospectus, de circulaires, de communiqués, d'articles ou d'autres moyens analogues. »

De nos jours, la publicité connaît une évolution importante dans le monde de la santé, tant sous la forme dans laquelle elle apparaît que dans les moyens de diffusion utilisés. Le développement d'Internet au cours des dernières années, et en particulier son utilisation accrue, appelle à davantage de souplesse dans la diffusion d'informations par les professionnel-le-s de la santé, ce qui nécessite par conséquent des directives précises afin de protéger les droits des patient-e-s, ainsi que la réputation des professions concernées.

Les présentes directives ont, dès lors, pour but de préciser aux professionnel-le-s de la santé concerné-e-s avec quel contenu, sous quelle forme et par quel biais la publicité est admise et respecte les dispositions légales en la matière.

Ces directives s'appliquent aux professionnel-le-s de la santé exerçant dans le Canton de Neuchâtel et/ou soumis-e-s à la Loi de santé neuchâteloise.

Les présentes directives s'appliquent également à quiconque pratique des thérapies alternatives de médecine douce ou de bien-être (art. 58 LS ; art. 72a LS).

Les pharmacies, drogueries, cliniques et centres privés ainsi que les hôpitaux qui pratiquent une publicité illicite au sens des présentes directives peuvent être dénoncés au Ministère public pour violation de l'art. 65 LS.

Les dispositions légales fédérales, en particulier celles de la Loi fédérale sur les médicaments et les dispositifs médicaux du 15 décembre 2000 (LPTh) et de l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments du 17 octobre 2001 (OPuM), demeurent réservées.

II. DIRECTIVES

1. INFORMATIONS ADMISES

- 1.1 L'information du public est considérée comme nécessaire lorsqu'elle facilite le choix approprié du professionnel ou de la professionnelle de la santé par les patient-e-s.

Cette information consiste à indiquer :

- les qualifications professionnelles
 - la carrière professionnelle, l'âge, les connaissances linguistiques
 - les visites à domicile, l'accueil de nouveaux patient-e-s, les horaires de consultation
 - les formes de collaboration ou la désignation de partenaires
 - les prestations proposées
 - l'affiliation à des associations professionnelles
 - le système de tarif appliqué
 - les prix des prestations non remboursées par l'assurance obligatoire des soins.
- 1.2 L'information sur les domaines d'activité professionnelle exercés, notamment sur la spécialisation, est admise dans la mesure où la qualification professionnelle acquise répond aux exigences de la réglementation pour la formation concernée. Les titres étrangers doivent être accompagnés de la mention de l'organisation et/ou du pays qui les a décernés.
- 1.3 Le choix et la mention d'une raison sociale doivent être conformes aux prescriptions légales et ne pas être trompeuses.

2. PUBLICITÉ ILLICITE

- 2.1 Une information est réputée non objective lorsqu'elle ne garantit pas l'objectivité voulue de la profession de la santé concernée, ne se fonde pas sur l'expérience ou ne répond pas, tant par sa teneur que par sa forme, au besoin d'information des patient-e-s, des client-e-s ou des confrères et consœurs.
- 2.2 Une information est réputée mensongère lorsqu'elle ne s'appuie pas sur des faits vrais et vérifiables. Les données non vérifiables telles que statistiques individuelles ou non publiées d'opérations, de traitements ou de réussite ne sont pas admises.
- 2.3 L'information nuit à la réputation de la profession de la santé concernée, en particulier lorsqu'elle :
- établit des comparaisons discréditant des confrères ou des consœurs, rabaissant par exemple leur activité ou leurs méthodes de travail ;
 - contient des recommandations émanant de patient-e-s ;
 - sert à célébrer ses propres louanges ou présente sa propre activité 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 ;
 - est à caractère essentiellement sensationnel ;
 - recherche principalement à produire un effet publicitaire.
- 2.4 Les mentions relatives à des consultations gratuites, des rabais sur des prestations ou tout autre avantage sont interdites. Les actions relatives à la promotion de la santé ayant un but social sont réservées.
- 2.5 Le-la professionnel-le de la santé est personnellement responsable lorsqu'un tiers fait de la publicité illicite à son avantage, directement ou indirectement.

3. ACTIVITÉ MÉDIATIQUE

- 3.1 La participation à des conférences professionnelles et les interventions médiatiques sont autorisées si elles n'ont pas de fins publicitaires.
- 3.2 Les membres qui interviennent publiquement pour donner des conseils ou faire des commentaires, notamment lors de conférences, d'émissions radiophoniques ou télévisuelles ou sur Internet, étayent leurs déclarations en se basant sur des connaissances scientifiquement fondées ou sur la pratique reconnue dans le domaine de la santé concerné.
- 3.3 Lorsque le-la professionnel-le de la santé s'adresse aux médias dans un cadre extraprofessionnel (associatif, politique, sportif, etc.), il-elle évite de faire référence à son activité professionnelle et, s'il ou elle est tout de même amené-e à le faire, il ou elle se borne à faire mention de sa profession.

4. ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS

- 4.1 Un-e professionnel-le de la santé est autorisé-e à organiser un événement privé, tel que la présentation d'une nouvelle technique pratiquée, pour autant que dit événement soit limité au cercle professionnel, sur invitation.
- 4.2 Les journées portes-ouvertes à toutes et tous sont exceptionnellement autorisées lors de l'inauguration d'un nouveau cabinet.
- 4.3 L'organisation des conférences thématiques sont autorisées, pour autant qu'elles aient un but informatif et non publicitaire.

5. SPONSORING

- 5.1 Le sponsoring, soit le fait de financer une manifestation, une épreuve sportive ou culturelle dans un but publicitaire, est une pratique autorisée sous les conditions suivantes :
 - pour la personne physique, seule la mention du nom du professionnel ou de la professionnelle de la santé, son éventuel titre ou logo, ainsi que son adresse professionnelle peuvent apparaître ;
 - pour la personne morale, seule la raison sociale, son éventuel logo, ainsi que son adresse professionnelle peuvent apparaître.
- 5.2 La manifestation du sponsoring ne doit pas être tapageuse ou excessive.

6. RESTRICTIONS À L'ÉGARD DE CERTAINS SUPPORTS D'INFORMATION

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

L'information dans les médias et sur des supports d'information similaires peut contenir les indications figurant à l'article 1 des présentes directives.

L'annonce ne doit pas avoir un caractère tapageur, notamment quant aux caractères choisis et au graphisme ainsi qu'à la fréquence de parution.

6.2 Circulaires

Les circulaires destinées à ses propres patient-e-s, y compris les newsletters électroniques, sont admises pour autant qu'elles se limitent à des informations au sens de l'article 1 des présentes directives. Les patient-e-s doivent avoir donné leur consentement.

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.

6.3 Site Internet et réseaux sociaux

La création et la gestion de sites Internet professionnels sont autorisées à condition que les articles 1 et 2 des présentes directives soient respectés. 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 du-de la professionnel-le de la santé.

Il est strictement interdit de publier sur le site Internet des photographies de patient-e-s ou des commentaires élogieux de patient-e-s ou de tiers.

L'activité professionnelle sur les réseaux sociaux doit respecter les articles 1 et 2 des présentes directives.

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

Les informations de l'article 1 des présentes directives peuvent être communiquées pour faire connaître l'activité professionnelle 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 professionnelle (par exemple : « médecins », « médecins-dentistes », « physiothérapeutes », « optométristes », etc.), les professionnel-le-s de la santé sont autorisé-e-s à s'inscrire sous cette rubrique. La personne concernée ne peut s'inscrire que sous la rubrique correspondant à l'activité qu'elle est autorisée à pratiquer.

Il est strictement interdit d'influencer des patient-e-s ou des tiers afin d'obtenir des évaluations ou commentaires positifs ou négatifs.

6.5 Plaques et enseignes sur les bâtiments

Les plaques et enseignes peuvent contenir les indications figurant à l'article 1 des présentes directives.

Elles ne doivent pas avoir un caractère tapageur, notamment quant à leur taille, leur graphisme ou leur couleur.

6.6 Publicité sur les véhicules

Toute publicité sur des véhicules publics, y compris les bus, taxis ou autres moyens de transport publics, est interdite.

Une publicité sur les véhicules de fonction est tolérée, pour autant qu'elle respecte les conditions des articles 1 et 2 des présentes directives.

6.7 *Panneaux d'indication*

Les panneaux indicateurs de direction ne sont en principe pas autorisés pour les entreprises de prestations de service qui doivent observer une grande retenue sur le plan publicitaire, à l'exception des structures munies d'un service d'urgence permanent (hôpitaux pour soins aigus dotés d'une permanence d'urgence fonctionnant 24 heures sur 24 - art. 65 al. 11 OSR).

Toutefois, un indicateur de direction neutre (OSR 4.33, écriture noire sur fond blanc) portant la mention « Médecin », « Centre médical », « Dentiste », « Centre dentaire » ou autres indications similaires peut être envisagé, moyennant le respect de l'Ordonnance sur la signalisation routière, du 5 septembre 1979 (ci-après : OSR), notamment son article 54, alinéa 4 et de la directive inter-cantonale concernant la signalisation d'entreprises, du 26 juin 1968.

Adoptées à Neuchâtel, le 5 novembre 2025, par le médecin cantonal et la pharmacienne cantonale

La pharmacienne cantonale



Virginie de Biase

Le médecin cantonal



Dr Laurent Kaufmann