

# Influenceurs : le temps de la pédagogie est terminé





S scénarios bien ficelés, bandeson tendances, rythme soutenu: les vidéos mises en ligne par certains chirurgiens-dentistes sont suivies par plusieurs millions d'abonnés sur Instagram, Tiktok ou Youtube. Ces nouveaux influenceurs, dont certains se donnent pour mission de dépoussiérer l'image de la profession, de partager les bonnes pratiques ou leurs expériences professionnelles avec leurs confrères, ou encore de sensibiliser le grand public, expliquent en quelques scènes à leurs followers les gestes pour un brossage efficace, le dentifrice fluoré, les pièges de l'éclaircissement dentaire, etc.

**Déontologiquement, ces vidéos vont du parfaitement correct au franchement hors-piste.** Patients filmés à visage découvert, marques apparentes de produits ou de dispositifs médicaux, conseils professionnels prodigués au beau milieu d'une « routine belle peau », redirection plus ou moins évidente vers le lieu d'exercice de l'influenceur: on trouve toutes les nuances du non-respect de nos obligations dans ces œuvres. Le phénomène des influenceurs étant en pleine expansion, le Conseil national se propose donc ici de revenir sur le sujet <sup>(1)</sup>.

On rappellera en premier lieu que l'impératif absolu assigné à notre profession réglementée est la protection de la santé publique. Nous dispensons des soins médicaux, nous prenons en charge des patients. Si le chirurgien-dentiste est libre de communiquer par tout moyen,

il doit le faire dans le respect de ces principes et « *n'avoir recours qu'à des supports compatibles avec une activité qui ne saurait être pratiquée comme un commerce* » <sup>(2)</sup>, selon la loi et les recommandations ordinales en matière de communication professionnelle. La loi dispose, de plus, que le praticien doit veiller à préserver son indépendance professionnelle <sup>(3)</sup>. Ces principes cardinaux sont hélas parfois perdus de vue par certains. Or, s'agissant plus spécifiquement des influenceurs, le Conseil national avait adopté en décembre 2021, sur proposition de la commission Exercice et Déontologie, des recommandations explicites sur lesquelles il a communiqué, et qui sont accessibles sur son site.

## INFLUENCEUR ET CHIRURGIEN-DENTISTE ?

Un influenceur, pour mémoire, est une personne exprimant un point de vue ou donnant des conseils à son public via des réseaux sociaux (TikTok, Instagram, Facebook, blog personnel, etc.), à titre gratuit ou pécuniaire. En modifiant ses modes de consommation, il est en mesure d'influencer son auditoire, pour son propre compte ou celui d'une marque. Relevons d'ailleurs ici un premier point d'achoppement avec les règles déontologiques déjà évoquées, c'est-à-dire la préservation de l'indépendance professionnelle et l'interdiction d'exercer sa profession comme un commerce. On l'aura donc compris, si l'activité d'influenceur ➡



Patients filmés à visage découvert, marques apparentes de produits ou de dispositifs médicaux, conseils professionnels prodigués au beau milieu d'une « routine belle peau », redirection plus ou moins évidente vers le lieu d'exercice de l'influenceur : on trouve toutes les nuances du non-respect de nos obligations dans ces œuvres.

➔ n'est pas à proprement parler proscrite pour les chirurgiens-dentistes, elle comporte un certain nombre de limites propres à notre profession réglementée.

En pratique, deux situations bien distinctes sont à considérer :

**1. Le chirurgien-dentiste peut exercer une activité d'influenceur à titre privé,** hors du champ de sa profession et sans lien avec son exercice ou sa pratique. Bien évidemment, il demeure soumis au droit commun, mais aussi au Code de la santé publique et au Code de déontologie.

**2. À titre professionnel, le chirurgien-dentiste peut exercer**

**un rôle d'influenceur en lien avec le domaine dentaire,** mais en se limitant à la diffusion d'informations sans rattachement possible à son exercice.

Dans ce cas n° 2, il est interdit au praticien d'effectuer une publicité pour un tiers ou une société commerciale <sup>(4)</sup>. Le chirurgien-dentiste se place en dehors des règles de la déontologie dès lors qu'il procède à des placements de produits dentaires, signe des contrats avec des marques dentaires en vue de les promouvoir ou bien accepte toute rémunération liée à son nombre d'abonnés. Entre autres.





# Praticien influenceur et déontologie

## 1 Les recommandations ordinales élémentaires

L'impératif absolu assigné à notre profession réglementée est la protection de la santé publique. Le chirurgien-dentiste peut communiquer par tout moyen en respectant ce principe.



La profession de chirurgien-dentiste ne doit pas être pratiquée comme un commerce. Le praticien doit veiller à préserver son indépendance professionnelle dans toute sa communication.

## 2 Ce que peut faire le chirurgien-dentiste influenceur

À titre privé

Le chirurgien-dentiste peut exercer une activité d'influenceur, **hors du champ de sa profession et sans lien avec son exercice ou sa pratique**. Il demeure soumis au droit commun, mais aussi au Code de la santé publique.



À titre professionnel

Le chirurgien-dentiste peut exercer un rôle d'influenceur en lien avec le domaine dentaire, **mais en se limitant à la diffusion d'informations sans rattachement possible à son exercice**. Il demeure soumis au droit commun, mais aussi au Code de la santé publique.

## 3 Ce qui est interdit au chirurgien-dentiste influenceur

- Réaliser une publicité pour son propre cabinet, pour un tiers ou une société commerciale.

- Procéder à des placements de produits dentaires.

- Signer des contrats avec des marques dentaires.

- Accepter toute rémunération liée à son nombre d'abonnés.

00240K



- Filmer un patient à visage découvert, même avec son accord.

Ce principe majeur a avant tout pour fonction de protéger le secret médical ainsi que la santé publique dans son ensemble.



## 4 Une nouvelle loi vise à encadrer l'influence commerciale

La loi du 9 juin 2023 vise à encadrer «l'influence commerciale» et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.



Par nature, le chirurgien-dentiste ne peut être un «influenceur commercial» puisque toute rémunération dans le cadre de sa pratique d'influenceur lui est interdite.

➔ L'Ordre s'alarme ainsi des vidéos dans lesquelles les praticiens filment leurs patients à visage découvert. Il faut donc ici rappeler avec force l'impératif du secret médical. Quand bien même le patient aurait donné son accord, le secret médical est absolu, le patient ne peut pas délier son praticien de son obligation de secret. Ce principe majeur a avant tout pour fonction de protéger la santé publique dans son ensemble (outre le seul individu) et de maintenir la confiance entre le public et les chirurgiens-dentistes <sup>(5)</sup>.

## DES PLAINTES FORMÉES

Pourquoi de tels rappels, dont certains paraissent élémentaires ? Parce que pour le Conseil national, qui n'a eu de cesse d'informer la profession quant à la bonne utilisation de ces nouveaux médias, le temps de la pédagogie touche à sa fin. En effet, les alertes provenant des conseils départementaux de l'Ordre ou de praticiens ne cessent de se multiplier, au même rythme que les productions de contenus, sensationnalistes ou inopportuns, proposés par certains praticiens influenceurs.

La loi du 9 juin 2023 visant à enca-

drer les influenceurs <sup>(6)</sup> pose un nouveau cadre juridique contraignant. Elle concerne, bien sûr, l'ensemble des influenceurs. S'agissant des chirurgiens-dentistes influenceurs, outre la loi, c'est aussi le Code de déontologie qui s'applique. Il relève ainsi de leur devoir de « **s'abstenir, même en dehors de l'exercice de [la] profession, de tout acte de nature à déconsidérer celle-ci** » <sup>(7)</sup>. Des plaintes ont été formées. Il appartiendra désormais aux juridictions saisies de juger s'il y a lieu de sanctionner, et pour quel quantum. La renommée n'exclut pas l'exemplarité, elle l'exige. ●

(1) Lire notamment *La Lettre* n° 196 datée mars 2022.

(2) *Code de la santé publique*, Article R.4127-215.

(3) *Code de la santé publique*, Article R.4127-209.

(4) *Code de la santé publique*, Article R.4127-225 al. 1e.

(5) *Code de la santé publique*, article R.4127-206 et R.4127-208.

(6) *Loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.*

(7) *Code de la santé publique*, Article R.4127-203.

## POUR ALLER PLUS LOIN

Communication : les recommandations du Conseil national  
[www.ordre-chirurgiens-dentistes.fr/pour-le-chirurgien-dentiste/  
communication-professionnelle-des-chirurgiens-dentistes/](http://www.ordre-chirurgiens-dentistes.fr/pour-le-chirurgien-dentiste/communication-professionnelle-des-chirurgiens-dentistes/)