

---

# GUIDE DE BONNES PRATIQUES

# INFORMATION & PUBLICITÉ



Ordre des  
masseurs-kinésithérapeutes





GUIDE DE  
BONNES  
PRATIQUES

INFORMATION &  
PUBLICITÉ

# INTRODUCTION

## *L'utilité d'un tel guide*

2

L'émergence des nouvelles technologies dans notre quotidien constitue un bouleversement dont nous n'avons pas fini de mesurer les effets, en particulier dans le domaine de l'information et de la communication. Ainsi, les réseaux sociaux sont devenus des vecteurs essentiels de communication, et le domaine de la santé est également concerné.

Sites Internet, plates-formes de rendez-vous en ligne, applications de santé et bien-être en tous genres, consultations en ligne, notation des professionnels de santé, forums médicaux ; le choix est large, et le pire côtoie parfois le meilleur.

Ces nouveaux modes de communication sont souvent des vecteurs de promotion, voire de publicité. Or, ces notions doivent être appréhendées sous un angle particulier dans le domaine de la santé.

Certaines personnes pourraient accorder du crédit à des informations discutables, fallacieuses ou tronquées disponibles sur les espaces de libre expression.

Par ailleurs, le domaine de la santé est soumis à des règles spécifiques dans l'intérêt des patients et de la santé publique. C'est pourquoi les pratiques commerciales sont interdites aux masseurs-kinésithérapeutes.

En effet, le code de déontologie de la profession interdit aux masseurs-kinésithérapeutes, quels que soient leur statut et les secteurs dans lesquels ils exercent, de participer directement ou indirectement à toute promotion publicitaire, en particulier de nature commerciale, de leurs activités professionnelles.

Ce code encadre l'élaboration d'un certain nombre de supports d'information utilisés par les masseurs-kinésithérapeutes. Il s'agit notamment des documents professionnels, des parutions dans les annuaires, des plaques professionnelles, des articles de presse et indirectement des sites Internet et des publications sur les réseaux sociaux.

L'objectif de ce guide est de rappeler les règles essentielles qui s'appliquent aux masseurs-kinésithérapeutes en matière de publicité et d'information mais aussi de faire un état des lieux des moyens dont dispose le masseur-kinésithérapeute pour pouvoir informer ses patients et de leur compatibilité avec le code de la santé publique.

Madame Pascale MATHIEU  
Présidente du Conseil national de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes

Monsieur Frédéric SROUR  
Président de la commission éthique et déontologie  
du Conseil national de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes

# SOMMAIRE

I. LA RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR EN FRANCE	p. 5
II. QUELLE DÉFINITION DE LA « PUBLICITÉ » ?	p. 6
III. LA DISTINCTION ENTRE LA PUBLICITÉ ET L'INFORMATION	p. 10
IV. REPÈRES POUR LES MASSEURS-KINÉSITHÉRAPEUTES	p. 12
ANNEXES	p. 22

# I.

## LA RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR EN FRANCE

### ■ Pour les masseurs-kinésithérapeutes

Le code de déontologie prohibe de façon stricte le recours par les masseurs-kinésithérapeutes à la publicité. Cette interdiction est inscrite à **l'article R. 4321-67 du code de la santé publique** : « *sont interdits tous procédés directs ou indirects de publicité [...]* ». Elle est la traduction du principe, qui apparaît au premier alinéa du même article, selon lequel « *la masso-kinésithérapie ne doit pas être pratiquée comme un commerce* ».

Par ailleurs, d'autres articles viennent, par-delà ces interdictions relatives au commerce et à la publicité, définir des règles positives ou prescriptives, encadrant les mentions dont un masseur-kinésithérapeute peut faire état. Ainsi, les articles R. 4321-123 à R. 4321-126 du code de la santé publique réglementent un certain nombre de supports d'information tels que la parution dans les annuaires à usage du public ou les indications qu'un masseur-kinésithérapeute est autorisé à faire figurer sur ses documents et sa plaque professionnelle.

5

### ■ Pourquoi une telle interdiction ?

L'interdiction de la publicité a pour objectif essentiel la préservation de l'intérêt général, c'est-à-dire la protection des patients et des usagers vis-à-vis de pratiques commerciales promotionnelles, voire trompeuses qui seraient peu soucieuses de la qualité ou de la sécurité des prestations proposées. En effet, la santé ne peut être considérée comme un service marchand.

### ■ Et pour les autres professions réglementées, quel encadrement ?

En droit Français, ce régime relatif à la publicité est bien ancré dans l'ordonnement juridique. Il n'est au demeurant pas spécifique à la profession de masseur-kinésithérapeute.

Il s'applique pratiquement dans les mêmes termes à toutes les professions de santé, notamment les médecins<sup>1</sup>, les chirurgiens-dentistes<sup>2</sup>, les infirmiers<sup>3</sup>.

Toutefois, la publicité reste autorisée, tout en étant encadrée, pour d'autres professions dont l'exercice est règlementé et donc protégé.

C'est notamment le cas pour les pharmaciens, qui enregistrent également leur activité à la chambre du Commerce et de l'Industrie ou au greffe du Tribunal du Commerce, et pour lesquels le code de la santé publique, article R. 4235-30, indique que « *toute information, ou publicité lorsqu'elle est autorisée, doit être véridique, loyale et formulée avec tact et mesure* ».

## II. QUELLE DÉFINITION DE LA « PUBLICITÉ » ?

### ■ Une multiplicité de textes

Il n'existe pas de définition unique de la publicité.

En droit de l'Union européenne, l'article 2 de la directive n° 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative modifiée par la directive 2006/114 CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 donne l'une des rares définitions de la publicité issue du droit positif. Ainsi, la publicité s'entend de « *toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale, ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens meubles, les droits et les obligations* ».

En droit interne, la notion de publicité est abordée à plusieurs reprises sous des formes différentes.

---

1 Article R. 4127-19 du CSP

2 Article R. 4127-215 du CSP

3 Article R. 4312-76 du CSP



- L'alinéa 1<sup>er</sup> de l'article L.5122-1 du code de la santé publique définit la publicité en matière de médicaments à usage humain comme « *toute forme d'information, y compris le démarchage, de prospection ou d'incitation qui vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou la consommation de médicaments, à l'exception de l'information dispensée, dans le cadre de leurs fonctions, par les pharmaciens gérant une pharmacie à usage intérieur* ».
- Dans le même sens, pour les dispositifs médicaux, l'article L.5213-1 du code de la santé publique,
  - I. — On entend par publicité pour les dispositifs médicaux au sens de l'article L.5211-1 toute forme d'information, y compris le démarchage, de prospection ou d'incitation qui vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou l'utilisation de ces dispositifs, à l'exception de l'information dispensée dans le cadre de leurs fonctions par les pharmaciens gérant une pharmacie à usage intérieur.
  - II. — Ne sont pas inclus dans le champ de cette définition :
    - 1° L'étiquetage et la notice d'instruction des dispositifs médicaux ;
    - 2° La correspondance, accompagnée, le cas échéant, de tout document non publicitaire, nécessaire pour répondre à une question précise sur un dispositif médical particulier ;
    - 3° Les informations relatives aux mises en garde, aux précautions d'emploi et aux effets indésirables relevés dans le cadre de la matériovigilance ainsi que les catalogues de ventes et listes de prix s'il n'y figure aucune information sur le dispositif médical ;
    - 4° Les informations relatives à la santé humaine ou à des maladies humaines, pour autant qu'il n'y ait pas de référence même indirecte à un dispositif médical.
- Au titre de l'article L.581-3 du code de l'environnement « *constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités* ».

- L'article 2 du décret n°92-280 du 27 mars 1992 modifié relatif notamment à la publicité applicable aux éditeurs de services de télévision, dispose que « *constitue une publicité toute forme de message télévisé diffusé contre rémunération ou autre contrepartie en vue soit de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, soit d'assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée* ». Il convient de souligner qu'ici, au travers de toutes ces définitions, **l'accent est mis sur le but poursuivi par le message pour retenir son caractère publicitaire.**

## ■ Jurisprudence

8

Là encore, il n'existe pas de définition **claire et générale** de la publicité mais son contour a progressivement été cerné par la jurisprudence. Aussi, il convient de souligner que la jurisprudence tant interne qu'européenne impose que toute restriction doit respecter une certaine proportionnalité en fonction de l'objectif poursuivi et viser l'intérêt général, notamment dans le domaine de la santé.

La chambre criminelle de la Cour de cassation<sup>4</sup> a précisé « *qu'en effet constitue une publicité, au sens de l'article 44 de la loi du 29 décembre 1973 [d'orientation du commerce et de l'artisanat] tout moyen d'information destiné à permettre à un client potentiel de se faire une opinion sur les résultats qui peuvent être attendus du bien ou du service qui lui est proposé* ».

Plus récemment, la chambre criminelle de la Cour de cassation<sup>5</sup>, a considéré que « *constitue une publicité au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation tout moyen d'information permettant à un client potentiel de se faire une opinion sur les résultats qui peuvent être attendus du bien ou du service qui lui est proposé par l'annonceur, ainsi que sur les caractéristiques des biens ou services proposés* ».

Dans ses conclusions<sup>6</sup>, le Commissaire du Gouvernement, Madame MAUGUE, a dégagé trois critères pour définir la publicité : « *le message doit contenir*

4 Arrêt en date du 12 novembre 1986, affaire n° 85-95538

5 Arrêt en date du 18 mars 2008, affaire n°07-82-792

6 Suite à un arrêt du Conseil d'Etat en date du 12 juin 1998, affaire n°181718

*des informations sur la nature du bien proposé ou du service offert, sans qu'il soit nécessaire que ces informations revêtent un caractère promotionnel ; le message doit être adressé aux clients potentiels ou à un public plus large ; il doit avoir pour but de développer l'activité concernée ».*

Ainsi, trois conditions cumulatives doivent être réunies pour caractériser la publicité. Voir aussi, en ce sens les arrêts du Conseil d'Etat, respectivement en date du 11 décembre 2013 - affaire n°356578, et du 21 janvier 2015 - affaire n°362761.

### ■ 1<sup>re</sup> condition : l'auteur du message.

Il convient de se poser les questions suivantes :

- qui est à l'origine du message ?
- quelle part a-t-il pris dans la rédaction du message ?
- s'y est-il opposé ?

### ■ 2<sup>e</sup> condition : la nature du contenu.

Il convient de se poser les questions suivantes :

- l'information est-elle objective ?
- vise-t-elle à promouvoir l'activité du professionnel ?

### ■ 3<sup>e</sup> condition : la destination du message.

Il convient de se demander :

- qui est le destinataire du message ?

Il ne faut pas se contenter d'un critère d'accessibilité du message mais plutôt d'un faisceau d'indices. En effet, un message dans une revue spécialisée pourra être considéré comme dépourvu de caractère publicitaire bien qu'accessible au public car une revue spécialisée est avant tout destinée à être consultée par les professionnels, quand bien même rien n'empêche le public de consulter cette revue.

### III.

## LA DISTINCTION ENTRE LA PUBLICITÉ ET L'INFORMATION

Le code de déontologie des masseurs-kinésithérapeutes ne s'oppose nullement à ce qu'un masseur-kinésithérapeute puisse informer ses patients et les professionnels de santé.

Néanmoins, la frontière entre l'information et la publicité peut être difficile à établir. La publicité contient nécessairement un message à caractère informatif. Ainsi, en même temps qu'elle vante un produit, la publicité fait connaître ne serait-ce que son nom.

### ■ Jurisprudence

La CJUE <sup>7</sup> dispose que « *la définition de l'article 86 de la directive 2001/83 n'exclut pas, en principe que des publications ou des diffusions qui ne comprennent que des informations objectives puissent être considérées comme de la publicité. Dès lors que le message vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou la consommation de médicaments, il s'agit de publicité au sens de cette directive. En revanche, une indication purement informative sans intention promotionnelle ne relève pas des dispositions de ladite directive relatives à la publicité pour les médicaments* ».

La Cour de cassation <sup>8</sup> indique que : « *justifie légalement sa décision, une cour d'appel qui a constaté qu'une clinique avait eu recours à des procédés de publicité portant sur des actes médicaux et bénéficiant aux médecins exerçant en son sein puisqu'ils permettaient d'attirer la clientèle et ainsi mis en évidence le caractère déloyal du comportement de cette société à l'égard de l'ensemble des médecins soumis en vertu de l'article 19, alinéa 2, du code de déontologie médicale, à l'interdiction de tous procédés directs ou indirects de publicité* ».

Le Conseil d'Etat <sup>9</sup> a précisé que « *si le site Internet d'un chirurgien-dentiste peut comporter [...] des informations médicales à caractère objectif et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique [...]* » les éléments publiés sur son site

7 Arrêt en date du 5 mai 2011, affaire C-316/09

8 Arrêt en date du 5 juillet 2006, affaire n°04-11564

9 Arrêt en date du 27 avril 2012, affaire n°348259

Internet « en vue de présenter son cabinet mettant en avant son profil personnel, des réalisations opérées sur des patients, les soins qu’il prodigue, les spécialités dont il se recommande excéda[ient] de simples informations objectives [...] et constituai[en]t une présentation publicitaire du cabinet [...] ».

Dans un autre arrêt, le Conseil d’Etat<sup>10</sup> a jugé que « les dispositions de l’article R. 4127-19 du code de la santé publique, qui prohibent le recours aux procédés publicitaires par les médecins et sont indistinctement applicables à tous les praticiens exerçant sur le territoire national, poursuivent un objectif d’intérêt général de bonne information des patients et, par suite, de protection de la santé publique. **Elles sont propres à en garantir la réalisation et, dès lors qu’elles ne font pas obstacle à la délivrance d’informations médicales à caractère objectif et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique et d’informations à caractère objectif sur les modalités d’exercice, destinées à faciliter l’accès aux soins n’excèdent pas ce qui est nécessaire pour les atteindre.** Elles ne sont ainsi contraires ni aux stipulations de l’article 49 du traité sur le fonctionnement de l’Union européenne, relatives à la liberté d’établissement, ni à celles de l’article 56 du même traité, relatives à la libre prestation de services ».

**Conclusion :** Il ressort de ces différentes décisions que le critère le plus communément utilisé afin de distinguer la simple information de la publicité repose essentiellement sur **la volonté de promotion du professionnel usant de l’information comme d’un subterfuge.**

Pour déterminer si une information est publicitaire, on peut se poser, par exemple, les questions suivantes : « Est-ce qu’en mettant telle mention sur un site Internet, sur une page Facebook, etc., le professionnel cherche à mettre en avant son cabinet et/ou à vanter sa pratique ? » ; « Est-ce qu’en utilisant un tel procédé, le professionnel cherche à favoriser le développement de son cabinet ? » ; « est-ce que l’information est objective et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique ? ».

## IV. REPÈRES POUR LES MASSEURS-KINÉSITHÉRAPEUTES

Les masseurs-kinésithérapeutes sont les plus aptes à informer le public en matière de masso-kinésithérapie. Mais, parce qu'ils sont des professionnels de santé, ils doivent prendre un certain nombre de précautions afin que l'ensemble des principes généraux fixés par le code de déontologie soit toujours respecté.

Conformément à l'arrêt précité du Conseil d'Etat du 27 avril 2012, les informations fournies par le praticien doivent être des informations médicales à caractère objectif et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique. Le praticien doit veiller à ce que cette information médicale soit scientifiquement exacte, exhaustive, actualisée, fiable, pertinente, licite, intelligible et validée.

Par ailleurs, il devra veiller à ne pas utiliser les moyens et procédés de communication pour promouvoir son activité personnelle ou celle de son cabinet.

Enfin, en toute circonstance, le masseur-kinésithérapeute devra conserver sa dignité professionnelle, veiller à ne pas déconsidérer sa profession et à ne pas porter atteinte à son honneur.

### ■ Le cabinet.

Il convient de rappeler que conformément à la loi 2010-1192 du 11 octobre 2010 précisé par le conseil national dans son avis n°2014-04, le cabinet de masso-kinésithérapie **doit être considéré comme un lieu ouvert au public.**

Ainsi, le masseur-kinésithérapeute, dans son cabinet, y compris dans la salle d'attente, peut mettre à disposition des informations en santé uniquement dans la mesure où ces dernières sont **objectives, ont une finalité scientifique préventive ou pédagogique et ne visent pas à promouvoir son activité.**

**Lorsque le masseur-kinésithérapeute exerce exclusivement dans le cadre non thérapeutique,** conformément à l'article R.4321-124 du code de la santé publique, ce dernier a la possibilité d'afficher de la publicité à condition de soumettre ce dispositif à l'accord préalable du conseil départemental de l'Ordre.

## ■ Plaques professionnelles

Le masseur-kinésithérapeute peut indiquer sur la plaque professionnelle de son lieu d'exercice ses noms, prénoms, adresse professionnelle, numéros de téléphone et de télécopie, adresse de messagerie Internet, jours et heures de consultation, les mentions obligatoires sur ses qualifications, ses titres et diplômes d'études complémentaires reconnus par le conseil national de l'Ordre, ainsi que sa situation par rapport aux organismes d'assurance maladie. Cf. articles R. 4321-125 et R. 4321-123 du CSP

Ces dispositions s'étendent aux informations communiquées à l'intérieur du cabinet.

Dans un arrêt en date du 24 juillet 1988 dit « *sibel* », le Conseil d'Etat a jugé que « *constitue une faute disciplinairement sanctionnable le fait de faire figurer sur une plaque une qualification inexistante.* »

De plus, dans un arrêt du 14 octobre 2013, la chambre disciplinaire nationale <sup>11</sup> a considéré que, concernant un masseur-kinésithérapeute qui mentionnait sur sa plaque professionnelle sa qualité d'étiopathe, ce titre n'étant pas reconnu par l'Ordre, ce dernier a été condamné. La circonstance que cette plaque serait ou non visible de l'extérieur de l'immeuble est jugée sans portée.

Par ailleurs, lorsqu'un masseur-kinésithérapeute souhaite changer de lieu d'exercice, l'usage veut que celui-ci puisse indiquer sur son ancienne plaque professionnelle (ou à sa place) sa nouvelle adresse et ce, pour une période de six mois maximum. Cette pratique se veut être avant tout une source d'information pour les patients afin d'assurer la continuité de leurs soins.

À toutes fins utiles, le conseil national de l'Ordre a rendu un avis n°2015-02 en date du 25 juin 2015 modifié le 22 mars 2017, relatif aux diplômes, titres et spécificités.

## La signalisation intermédiaire

L'article R.4321-125 du code de la santé publique dispose qu'« [...] *une plaque professionnelle peut être apposée à l'entrée de l'immeuble et une autre à la porte du cabinet ; lorsque la disposition des lieux l'impose, une*

*signalisation intermédiaire peut être prévue. Ces indications sont présentées avec discrétion, conformément aux usages de la profession. Une signalétique spécifique à la profession, telle que définie par le conseil national de l'Ordre, peut être apposée sur la façade. [...] ».*

Ainsi, la signalisation intermédiaire est celle située entre l'entrée de l'immeuble et la porte du cabinet. Il s'agit en quelque sorte d'une plaque professionnelle intermédiaire dont les dimensions ne peuvent excéder les usages de la profession et ainsi respecter une dimension de 30 x 40 centimètres.

À titre d'exemple, le Conseil d'Etat a jugé dans un arrêt du 21 décembre 2007, affaire **n°301759**, qu'une enseigne signalant un cabinet médical dont les dimensions étaient de 4,82m de long par 0,90m de haut revêtait un caractère publicitaire eu égard aux règles déontologiques de la profession et qu'un tel panneau devait être remplacé par une plaque aux dimensions usuelles.

Dès lors, le panneau intermédiaire entendu comme « *signalisation intermédiaire* » ne doit pas dépasser 30 x 40 centimètres.

À titre d'exemple, l'apposition de grand panneaux dans les rues d'une ville ou sur des véhicules qui se contentent de mentionner les coordonnées d'un cabinet médical a été jugée publicitaire.

## ■ Vitrine du cabinet

Les mentions qu'un masseur-kinésithérapeute est autorisé à faire figurer sur sa vitrine, en lieu et place de sa plaque professionnelle, sont Cf. *article R. 4321-67 et R. 4321-123 du CSP* :

- Ses noms, prénoms, adresse professionnelle, numéros de téléphone et de télécopie, adresse de messagerie Internet, jours et heures de consultation ;
- Sa situation vis-à-vis des organismes d'assurance maladie ;
- La qualification, les titres reconnus conformément au règlement de qualification, les titres et les diplômes d'études complémentaires reconnus par le conseil national de l'Ordre.

Conformément aux usages de la profession, les mentions précitées doivent respecter une dimension de 30x40 centimètres. Ainsi, la chambre disciplinaire



nationale a considéré dans une décision du 12 novembre 2014 qu'un bandeau de 80 cm sur 7 mètres constituait une signalétique qui revêtait un caractère commercial compte tenu de sa taille et de son contenu (CDN, 12 novembre 2014, n°037-2013).

La même question peut se poser dans le cadre d'un exercice au sein d'une structure pluridisciplinaire. En effet, à titre d'exemple, le Conseil d'Etat a jugé dans un arrêt du 21 décembre 2007 n°301759, qu'un panneau signalant un cabinet médical dont les dimensions étaient de 4,82 m de long par 0,90 m de haut revêtait un caractère publicitaire eu égard aux règles déontologiques de la profession, qu'un tel panneau devait être remplacé par une plaque aux dimensions usuelles.

Sur la question visant à savoir si les professionnels peuvent regrouper leurs noms et activités sous un même panneau, il convient de préciser que la taille du panneau ne devra pas dépasser la taille usuelle multipliée par le nombre de professionnels.

Les règles prescrites par la déontologie d'un masseur-kinésithérapeute ne sont pas applicables aux autres professions de santé. Il leur appartiendra de prendre les renseignements nécessaires auprès de leurs structures ordinales compétentes.

## ■ Réseaux sociaux

À l'information publiée dans la presse ou sur des sites Internet, s'ajoute aujourd'hui tout un champ informatif relevant de la communication dite 2.0 sur le web (procédés interactifs).

L'interdiction de divulguer des informations sur ses patients est une exigence fondamentale et un impératif déontologique essentiel pour un masseur-kinésithérapeute.

Toute communication publique, y compris sur les réseaux sociaux, doit donc respecter l'anonymat des personnes et ne pas permettre, même indirectement, leur identification. Rappelons que la divulgation d'informations couvertes par le secret expose le professionnel, conformément à l'article 226-13 du code pénal, à une sanction pénale ainsi qu'une sanction disciplinaire.

De plus, l'usage des réseaux sociaux ne doit pas conduire le masseur-kinésithérapeute, sous couvert de sa liberté d'expression ou agissant comme modérateur sur un forum, à pouvoir indirectement se faire connaître en utilisant des méthodes publicitaires. Par exemple, si le masseur-kinésithérapeute fait usage de son identité professionnelle, il doit veiller à rester dans le champ informatif et à ne pas se laisser soupçonner de démarchage auprès de patients potentiels.

Enfin, dans l'hypothèse où un masseur-kinésithérapeute souhaite ouvrir une page publique Facebook, il conviendra à ce dernier, afin de respecter son obligation de ne pas pratiquer la masso-kinésithérapie comme un commerce, de s'assurer que ses critères de confidentialité ont bien été paramétrés. En effet, il ne doit pas être permis aux internautes, de quelque manière que ce soit, de pouvoir rédiger des commentaires ou des appréciations subjectives, ou toute forme de notation à son égard.

## ■ Site Internet

Le code de déontologie ne s'oppose nullement à ce que les informations qu'un masseur-kinésithérapeute délivre aux patients qui le consultent puissent être développées ou complétées par des informations détaillées accessibles sur son site Internet personnel.

Afin d'accompagner les masseurs kinésithérapeutes, le conseil national de l'Ordre a établi et publié une charte relative à la création de leur site Internet professionnel. Aussi, **le Conseil d'Etat dans une décision en date du 27 avril 2012, affaire n°348259** a précisé que « [...] *le site Internet peut comporter, outre des indications expressément mentionnées dans le code de la santé publique, des informations médicales à caractère objectifs et à finalité scientifique, préventive ou pédagogique* ». Toutefois, le Conseil d'Etat précise, au regard de la publicité, qu'« *il ne saurait, sans enfreindre les dispositions [du code de la santé publique], constituer un élément de publicité et de valorisation personnelle du praticien et de son cabinet* ».

Le masseur-kinésithérapeute peut aussi recommander des sites ressources à ses patients. Dans cette hypothèse, il devra veiller à la fiabilité des sites recommandés. Aussi, il ne devra avoir aucun lien d'intérêt financier, direct ou indirect, avec eux.

Rappelons qu'il relève de la responsabilité du masseur-kinésithérapeute de visiter régulièrement les sites qu'il recommande afin de s'assurer que l'évolution

de leur contenu ne deviendrait pas contraire aux principes essentiels de la profession en matière d'objectivité et de probité<sup>12</sup>.

Les informations sur Internet sont accessibles à tout public. Lorsqu'elles concernent la masso-kinésithérapie ou plus largement la santé, et lorsqu'elles sont publiées par un masseur-kinésithérapeute ou un organisme auquel il apporte sa contribution, elles doivent ne faire état que de données confirmées (voir en ce sens l'article R. 4321-64 du code de la santé publique), avec éventuellement des explications qui s'y rapportent directement afin de les rendre claires et compréhensibles.

### ■ Les informations dans la presse

Comme l'indique l'article R. 4321-126 du code de la santé publique, le professionnel est autorisé à informer préalablement le public par voie de presse mais uniquement « *lors de son installation ou d'une modification des conditions de son exercice* ». L'information faite au public s'étend aux annonces relatives à la vente de cabinets. L'annonce doit être « *dépourvue de caractère publicitaire* ». L'article précité précise que « *le conseil départemental de l'Ordre vérifie la conformité aux dispositions du présent code de déontologie* ».

Les conseils départementaux de l'Ordre jouent un rôle important dans ce domaine puisqu'ils vérifient la conformité de la communication aux dispositions du code de déontologie.

En cas de manquement, le masseur-kinésithérapeute contrevenant pourra être poursuivi devant la juridiction disciplinaire.

La chambre disciplinaire de première instance de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes de Midi-Pyrénées en date du 18 mars 2015, affaire n°2014-65-006, a infligé la sanction de l'avertissement à deux masseurs-kinésithérapeutes pour avoir méconnu les dispositions de l'article précité ainsi que de l'article R.4321-74 du code de la santé publique, notamment concernant un article de presse qui présentait de manière élogieuse les

---

12 Voir en ce sens la décision normative du CNB publié au JORF du 5/12/2014 : <http://cnb.avocat.fr/file/160695> ; dans le même sens voir le document du CNOM intitulé « *Le médecin dans la société de l'information et de la communication* » de septembre 2016.

professionnels regroupés ainsi que le bâtiment dans lequel ils se sont installés, avec une photographie de celui-ci.

Dans le même sens, la chambre disciplinaire nationale en date du 19 mai 2014, affaire n°015-2013, a confirmé la sanction de l'avertissement pour un masseur-kinésithérapeute qui a fait publier dans le bulletin municipal des informations telles que ses coordonnées, les jours et heures d'ouverture de son cabinet, son ancienneté professionnelle, ses modalités d'exercice, ses compétences et les techniques proposées, la possibilité de prise en charge à domicile, ainsi qu'une proposition de séances collectives de gymnastique, le tout accompagné d'une photo des locaux. Pour la chambre disciplinaire nationale, les éléments susmentionnés constituent une présentation publicitaire du cabinet constitutive d'un manquement aux devoirs déontologiques.

En effet, conformément à l'article R. 4321-74 du code de la santé publique, chaque masseur-kinésithérapeute doit veiller « à l'usage qui est fait de son nom, de sa qualité ou de ses déclarations. Il ne doit pas tolérer que les organismes, publics ou privés, où il exerce ou auxquels il prête son concours, utilisent son identité à des fins publicitaires auprès du public non professionnel ».

### ■ Plateforme de prise de rendez-vous

De plus en plus de masseurs-kinésithérapeutes, par le biais d'Internet, proposent à leurs patients des prises de rendez-vous en ligne.

Cette nouvelle pratique, adaptée aux évolutions technologiques, également utilisée par d'autres professionnels, présente des avantages pour le patient et le professionnel. Toutefois, ce service de prise de rendez-vous en ligne peut être proposé aux masseurs-kinésithérapeutes par des sociétés commerciales leur permettant d'être mieux référencés sur les moteurs de recherche.

Il convient de rappeler que tout masseur-kinésithérapeute doit s'abstenir de recourir à ce référencement qui constitue une forme indirecte de publicité.

À défaut, sa responsabilité pourra être engagée devant une chambre disciplinaire de première instance.

Pour de plus amples informations, il convient de se référer à la charte Internet relative à la création des sites Internet par les masseurs-kinésithérapeutes.

## ■ Cartes de visites

Un masseur-kinésithérapeute peut disposer de cartes de visite qui peuvent être regardées comme des documents professionnels. Les indications qui pourront être mentionnées sont strictement encadrées *Cf. art. R. 4321-122 du CSP* :

- Ses noms, prénoms, adresse professionnelle, numéros de téléphone, de télécopie, adresse de messagerie Internet, les jours et heures de consultation ;
- Si le masseur-kinésithérapeute exerce en association ou en société, les noms des masseurs-kinésithérapeutes associés et l'indication du type de société ;
- Sa situation vis-à-vis des organismes d'assurance maladie ainsi que son numéro d'identification ;
- Éventuellement, la qualification qui lui aura été reconnue conformément au règlement de qualification établi par l'Ordre et approuvé par le ministre chargé de la Santé ;
- Ses diplômes, titres, grades et fonctions lorsqu'ils ont été reconnus par le conseil national de l'Ordre ;
- La mention de l'adhésion à une association de gestion agréée ;
- Ses distinctions honorifiques reconnues par la République française.

En tout état de cause une carte de visite ne saurait être diffusée autrement que de manière personnelle à l'intention d'un patient, d'un prescripteur ou de toute autre personne intéressée. La mise à disposition de cartes de visite dans un établissement de soins ou d'hébergement, sur le comptoir d'un commerce ou de tout autre lieu ouvert au public est totalement prohibée.

## ■ Publication et audiovisuel

Les masseurs-kinésithérapeutes peuvent bien évidemment s'impliquer dans la diffusion des informations sur la santé, voire sur l'offre de soins, et partager leurs connaissances et expertises tant avec le grand public qu'avec leurs confrères et l'ensemble des professionnels de santé.

Ils sont d'ailleurs régulièrement sollicités en ce sens par tous types de médias et il apparaît légitime qu'ils répondent à ces demandes, sous réserve d'adopter une attitude déontologique.

Les masseurs-kinésithérapeutes peuvent intervenir dans la presse pour rédiger une communication dans le cadre d'une rubrique ou d'une chronique qui leur est confiée par l'éditeur, soit dans les médias audiovisuels en réponse à une demande d'interview ou de reportage.

Dans tous les cas, quel que soit son statut et quelle que soit sa notoriété, le masseur-kinésithérapeute doit veiller à la qualité de l'information transmise, à son caractère d'intérêt général, et à la prépondérance de cette information par rapport à sa propre personne.

L'implication du masseur-kinésithérapeute ne peut pas avoir pour finalité sa propre mise en avant. En ce sens, le masseur-kinésithérapeute veille à ce que la signature des articles qu'il rédige se résume à son nom, sa qualification et éventuellement à ses titres autorisés, afin qu'elle ne puisse pas être assimilée à une publicité pour son exercice professionnel, par une abondance de mentions inutiles pour l'information du public, notamment ses coordonnées professionnelles.

Il veille également à ce que la présentation de sa participation à un reportage ou une interview soit mesurée et factuelle pour se prémunir de tout risque d'accusation de promotion personnelle.

Ainsi, le Conseil d'État a jugé que ne constituent pas une faute disciplinaire de la part du professionnel de santé la rédaction et la diffusion d'ouvrages ou d'articles, l'enregistrement radiodiffusé ou télévisuel d'une interview, relatifs à une méthode de traitement, sa participation à un film sur un procédé médical diffusé à la télévision, quand bien même ce document aurait été tourné dans son cabinet et en sa présence, dès lors que le but poursuivi est scientifique, thérapeutique, préventif ou éducatif, quel que soit le secteur d'exercice du professionnel de santé, et ne consiste pas à faire l'éloge de ce dernier sous le prétexte avancé de l'information du public relative à un procédé d'investigations<sup>13</sup>.

## ■ La signalisation des cabinets

### 1. L'enseigne

Conformément à l'article L.581-3 du code de l'environnement, constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

13 Voir en ce sens : CE, 18 juillet 1973 dit « Rager » ; CE, 12 janvier 1987 dit « Tabau » et CE, 6 mai 1988, dit « Botteri ».

L'article R.4321-125 du code de la santé publique dispose qu' « [...] une signalétique spécifique à la profession, définie par le règlement d'usage (Annexe 1) du conseil national de l'Ordre, peut être apposée sur la façade. [...] ».

Ainsi qu'il est indiqué dans le cahier des charges (Annexe 2) relatif à l'utilisation de l'insigne de la profession de masseur-kinésithérapeute, « le diamètre maximum de l'enseigne est égal à 60 centimètres. L'épaisseur maximale de l'enseigne est égal à 15 centimètres ».

## **2. La pré-enseigne**

Comme le précise l'article L.581-3 précité, constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

# ANNEXES

1. CAHIER DES CHARGES :  
UTILISATION DE L'INSIGNE DE LA PROFESSION  
DE MASSEUR-KINÉSITHÉRAPEUTE p. 22
2. RÈGLEMENT D'USAGE :  
L'INSIGNE DE LA PROFESSION  
DE MASSEUR-KINÉSITHÉRAPEUTE p. 26
3. CHARTE INTERNET RELATIVE À LA CRÉATION  
DE SITES INTERNET  
PAR LES MASSEURS-KINÉSITHÉRAPEUTES p. 29



# 1.

## CAHIER DES CHARGES : UTILISATION DE L'INSIGNE DE LA PROFESSION DE MASSEUR-KINÉSITHÉRAPEUTE

### Préambule

L'article L.4321-12 du code de la santé publique énonce que « Les masseurs-kinésithérapeutes titulaires du diplôme d'Etat peuvent porter l'insigne respectif conforme au modèle établi par le ministre chargé de la Santé et dont l'usage leur est exclusivement réservé. »

Le 18 septembre 2008, le conseil national de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes, réuni en séance plénière, a décidé d'utiliser l'insigne de l'Ordre comme insigne de la profession de masseur-kinésithérapeute.

Cette décision fût entérinée par le ministère chargé de la Santé (lettre du 14 novembre 2008).

L'article R.4321-125 du code de la santé publique prévoit par ailleurs qu'« (...) Une signalétique spécifique à la profession, telle que définie par le conseil national de l'Ordre, peut être apposée sur la façade (...) » du cabinet de masso-kinésithérapie.

Les articles R. 4321-122 et R. 4321-125 du code de la santé publique énoncent quant à eux les mentions respectives pouvant figurer sur les documents professionnels et plaques professionnelles des masseurs-kinésithérapeutes.

### Finalité du présent cahier des charges

L'objet du présent cahier des charges est de définir les modalités pratiques d'utilisation de l'insigne de la profession afin de :

- Créer des enseignes pour la profession de masseur-kinésithérapeute (enseigne en applique, en drapeau ou sous forme autocollante sur l'une des surfaces vitrées de la façade du cabinet) ;
- Permettre à chacun des masseurs-kinésithérapeutes inscrits au tableau de l'Ordre et à jour de cotisation d'apposer l'insigne sur ses documents professionnels, sur sa plaque professionnelle et sur son site internet.

## Conditions tenant aux personnes habilitées à utiliser l'insigne

Seules les personnes ci-après énumérées peuvent utiliser l'insigne de la profession de masseur-kinésithérapeute :

- Les masseurs-kinésithérapeutes inscrits au tableau de l'Ordre et à jour de cotisation ;
- Les sociétés d'exercice (SCP ou SEL) inscrites au tableau de l'Ordre et à jour de cotisation ;
- Les sociétés civiles de moyens (SCM) lorsque tous leurs associés masseurskinésithérapeutes sont inscrits au tableau de l'Ordre et sont à jour de cotisation ;
- Les associations de masseurs-kinésithérapeutes, lorsque tous leurs associés sont inscrits au tableau de l'Ordre et sont à jour de cotisation ;
- Toutes autres personnes morales constituées de masseurs-kinésithérapeutes inscrits au tableau de l'Ordre et à jour de cotisation.

## Usage personnel

L'usage de la marque collective simple est strictement personnel (la personne habilitée peut être une personne morale ou personne physique).  
L'usage de la marque collective simple ne peut ni être cédé à un tiers ni concédé en licence ou donné en nantissement.

## Conditions tenant à l'utilisation de l'insigne

### 1. Finalité de l'utilisation de l'insigne

L'insigne de la profession ne peut être utilisé que dans les buts exclusifs ci-après :

- Constitution d'une enseigne en applique, en drapeau ou sous forme autocollante sur l'une des surfaces vitrées de la façade du cabinet, dans le cadre de l'exercice de la profession de masseur-kinésithérapeute ;
- Apposition sur les documents professionnels, sur la plaque professionnelle et sur le site internet de la personne habilitée.

### 2. Modalités de reproduction de l'insigne

L'insigne de la profession doit être repris à l'identique, sans modification : il ne doit subir aucune déformation, aucune altération de dessin, de proportions, de couleur, ou bien même de surimpression d'éléments figuratifs (...).

Il demeure toutefois possible d'y ajouter la mention « masseur-kinésithéra-

peute », éventuellement accompagnée d'une qualification reconnue par l'Ordre ou d'un titre légal d'exercice (exemple : masseur-kinésithérapeute ostéopathe).

### 3. Modalités spécifiques relatives à l'utilisation à titre d'enseigne

3.1. En cas d'apposition perpendiculaire (en drapeau), l'enseigne peut avoir une double face.

#### 3.2. Possibilité de créer une enseigne lumineuse

Il est possible d'adjoindre à la plaque un caisson lumineux afin de créer une enseigne lumineuse. En ce cas seul un éclairage blanc est accepté : aucun éclairage de couleur n'est toléré. Par ailleurs l'ampoule insérée doit être une ampoule « basse tension ». L'enseigne doit être non clignotante et fixe.

#### 3.3. Dimensions

Le diamètre maximum de l'enseigne est égal à soixante centimètres (60 cm). L'épaisseur maximale de l'enseigne est égale à quinze centimètres (15 cm).

3.4. Enfin, seule une enseigne, en applique, en drapeau, ou sur l'une des surfaces vitrées, peut être apposée sur la façade d'un même lieu d'exercice.

Suppression de toute publicité

En application de l'article R.4321-67 du code de la santé publique, la personne habilitée à reproduire l'insigne s'engage à n'utiliser aucun moyen de publicité notamment en vitrine ou en façade.

## 2. RÈGLEMENT D'USAGE : L'INSIGNE DE LA PROFESSION DE MASSEUR-KINÉSITHÉRAPEUTE

### Préambule

L'article L.4321-12 du code de la santé publique énonce que « *Les masseurs-kinésithérapeutes titulaires du diplôme d'Etat peuvent porter l'insigne respectif conforme au modèle établi par le ministre chargé de la Santé et dont l'usage leur est exclusivement réservé.* »

Le 18 septembre 2008, le conseil national de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes, réuni en séance plénière, a décidé d'utiliser l'insigne de l'Ordre comme insigne de la profession de masseur-kinésithérapeute.

Cette décision fût entérinée par le ministère chargé de la Santé (lettre du 14 novembre 2008).

L'article R.4321-125 du code de la santé publique prévoit par ailleurs qu'« (...) *Une signalétique spécifique à la profession, telle que définie par le conseil national de l'Ordre, peut être apposée sur la façade (...)* » du cabinet de masso-kinésithérapie.

Les articles R.4321-122 et R.4321-125 du code de la santé publique énoncent quant à eux les mentions respectives pouvant figurer sur les documents professionnels et plaques professionnelles des masseurs-kinésithérapeutes.

L'objet du présent règlement est de définir les modalités d'utilisation de l'insigne de la profession par les masseurs-kinésithérapeutes inscrits au tableau de l'Ordre et à jour de cotisation.

### Identification de la marque

L'insigne de la profession de masseur-kinésithérapeute a été enregistré à titre de marque à l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (cf. Bulletins Officiels de la Propriété Intellectuelle, n°08/22 Vol. II du 30 mai 2008, n°0 8/30 Vol. II du 25 juillet 2008, et n°10/24 Vol. II du 18 juin 2010).

### Finalité de la marque

La marque collective simple a pour finalité de permettre aux masseurs-kinésithérapeutes inscrits à l'Ordre d'utiliser, en tant que marque déposée, l'insigne de la profession :

- À titre d'enseigne afin de signaler l'existence de leur cabinet de masso-kinésithérapie
- Afin de l'apposer sur leurs documents professionnels, plaques professionnelles et sites internet

### Qualité des personnes habilitées à utiliser la marque

L'usage de la marque collective simple est réservé aux personnes remplissant les conditions prévues par le cahier des charges (Le cahier des charges est librement consultable à partir du site web à l'adresse <http://www.ordremk.fr>).

### Usage personnel de la marque

L'usage de la marque collective simple est strictement personnel (la personne habilitée à utiliser la marque peut être une personne morale ou personne physique). Par ailleurs, cet usage ne peut ni être cédé à un tiers ni concédé en licence ou donné en nantissement.

### Modalités d'usage de la marque collective

L'usage de la marque collective simple ne peut se faire que dans le respect du présent règlement ainsi que dans le respect des conditions énoncées dans le cahier des charges (mentionné deux paragraphes plus haut.).

La personne habilitée peut ainsi choisir d'utiliser la marque :

- Exclusivement à titre d'enseigne en applique, en drapeau ou sous forme autocollante sur l'une des surfaces vitrées de la façade du cabinet, dans le cadre de l'exercice de la profession de masseur-kinésithérapeute ;
- Seulement afin de l'apposer sur ses documents professionnels, sur sa plaque professionnelle et/ou sur son site internet ;
- À titre d'enseigne et afin de l'apposer sur ses documents professionnels, sur sa plaque professionnelle et/ou sur son site internet.

Tout praticien qui utilise la marque collective objet du présent règlement s'interdit d'utiliser cette marque, sous quelque forme et à quelque titre que ce soit, autrement que selon les modalités ci-dessus précisées.

### Suppression de toute publicité

En application de l'article R.4321-67 du code de la santé publique, la personne s'engage à n'utiliser aucun moyen de publicité notamment en vitrine ou en façade.

## Contrôle de l'utilisation de la marque

Le conseil départemental de l'Ordre compétent peut, de façon permanente, entreprendre toute démarche nécessaire afin de s'assurer que la marque collective simple est utilisée en conformité avec le présent règlement. Il peut notamment se déplacer à tout moment au lieu d'apposition de l'enseigne ou de la plaque professionnelle afin de vérifier que lesdites conditions sont bien respectées.

## Défense de la marque

Tout usage frauduleux de l'insigne de la profession par un masseur-kinésithérapeute inscrit ou par un tiers pourra faire l'objet de poursuites.

En cas d'atteinte avérée aux droits sur la marque collective simple, il appartiendra au conseil national de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes de prendre la décision d'engager une action à l'encontre du contrefacteur.

La personne contrevenant au présent règlement d'usage pourra par ailleurs faire l'objet de poursuites disciplinaires.

## Cessation de l'activité de masseur-kinésithérapeute

La personne habilitée qui décide de cesser son activité de masseur-kinésithérapeute est tenue :

- d'abandonner l'usage de la marque collective simple (et ainsi retirer l'enseigne de la façade de l'immeuble et de ne plus apposer l'insigne de la profession sur ses documents professionnels, sa plaque professionnelle ainsi que sur son site internet) ;
- de ne pas créer, pour son propre compte, une marque dont la désignation ou le dessin pourrait entraîner une confusion avec la marque collective simple objet du présent règlement d'usage.

Ces mêmes règles s'appliquent aux personnes morales, lorsque les masseurs-kinésithérapeutes inscrits au tableau de l'Ordre et à jour de cotisation qui les composent cessent leur activité de masseur-kinésithérapeute ou quittent ladite structure sans être remplacés par des praticiens remplissant les mêmes conditions.

### 3.

## CHARTRE INTERNET RELATIVE À LA CRÉATION DE SITES INTERNET PAR LES MASSEURS-KINÉSITHÉRAPEUTES

### Propos introductifs

L'information en santé, publiée par un masseur-kinésithérapeute sur son site internet, peut améliorer le service rendu aux patients, lorsqu'elle respecte les principes de l'éthique et de la déontologie.

Néanmoins, la nature et la quantité des informations délivrées peuvent tendre vers une publicité en faveur de l'activité du professionnel qui est proscrite par la déontologie.

Par conséquent, cette chartre est donc destinée à guider, dans le respect du droit, les masseurs-kinésithérapeutes qui souhaitent créer ou ont créé un site professionnel mais aussi ceux qui interviennent sur des sites de santé destinés au public.

Tout d'abord, il convient de rappeler que chaque personne, physique ou morale (SCP, SEL) inscrite au tableau, a le droit de créer un site Internet en respectant les règles :

- édictées par le code de la déontologie ;
- applicables à la profession ;
- relatives aux sites Internet.

Ainsi, le code de déontologie prohibe de façon stricte le recours par les masseurs-kinésithérapeutes à de la publicité dans le cadre de l'activité thérapeutique exclusive. Cette interdiction est inscrite à l'**article R.4321-67 du code de la santé publique** « *sont interdits tous procédés directs ou indirects de publicité [...]* ». Elle est la traduction du principe, qui apparaît au premier alinéa du même article selon lequel « *la masso-kinésithérapie ne doit pas être pratiquée comme un commerce* ».

Les sites internet ne doivent ainsi en aucune façon présenter un caractère promotionnel, publicitaire ou commercial.

Toute méthode de référencement, directe ou indirecte, payante ou gratuite, visible ou cachée est interdite dans le contenu du site ou du nom de domaine.

## Le nom du domaine (adresse du site)

En ce qui concerne l'adresse du site internet, celle-ci doit tenir compte de l'interdiction, prévue à l'article R.4321-118 du code de la santé publique, de l'utilisation d'un pseudonyme.

Elle doit faire référence exclusivement à l'identité – noms et prénoms, du ou des masseur(s)-kinésithérapeute(s) et à sa ou ses qualification(s) professionnelle(s) telles qu'inscrites au tableau de l'Ordre, à l'exclusion de toute autre information.

S'agissant des sociétés d'exercice, l'adresse doit mentionner la forme de la société, la raison ou dénomination sociale telles qu'inscrites au tableau de l'Ordre, à l'exclusion de toute autre information.

À l'instar de la plaque professionnelle, les collaborateurs libéraux ou assistants et salariés peuvent apparaître à leur demande sur le site de celui-ci.

Ces professionnels peuvent également avoir leur propre site internet.

30

## Présentation du masseur-kinésithérapeute

Certaines mentions sont obligatoires :

- Les nom (s) et prénom(s) du titulaire du cabinet ;
- L'adresse du cabinet principal et éventuellement celle du cabinet secondaire ;
- Le numéro de téléphone ;
- Le numéro d'inscription au tableau de l'Ordre (ou d'enregistrement sous le régime de la libre prestation de service) et numéro d'enregistrement aux RPPS.
- Les mentions légales. Pour en savoir plus : [www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31228](http://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31228)

En outre, le masseur-kinésithérapeute peut choisir parmi les indications suivantes à l'article R.4321-122 du code de la santé publique de faire figurer sur son site internet (liste exhaustive) :

- L'adresse de messagerie électronique ;
- Dans l'hypothèse où le masseur-kinésithérapeute exerce en association ou en société, les noms des masseurs-kinésithérapeutes associés et l'indication du type de société ;
- La situation vis-à-vis des organismes d'assurance maladie;



- La mention de l'adhésion à une association de gestion agréée ;
- Le numéro de télécopie.

Conformément à l'article R. 4321-122 du code précité, il convient de préciser qu'il est possible de mentionner les diplômes, titres, grades et fonctions, sous réserve qu'ils aient été reconnus par le conseil national.

À ce titre, il convient de rappeler que les diplômes actuellement reconnus par le conseil national de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes peuvent être consultés sur le site [cnomk.fr](http://cnomk.fr) > L'Ordre -> Les dilômes universitaires reconnus.

Pour toute autre information complémentaire, il est recommandé de se rapprocher du conseil départemental de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes. Aucune mention relative à l'obtention d'un certificat, à la pratique d'une méthode ou d'un concept à caractère commercial ou non ne peut figurer sur le site internet sans que le conseil départemental de l'Ordre n'ait été avisé préalablement.

Enfin, **peuvent** également apparaître sur le site internet :

- La photo du professionnel ;
- Les nom(s) des collaborateurs, assistants et salariés accompagnés ou non d'une photo;
- Les langues parlées ;
- Les spécificités d'exercice telles qu'autorisées par l'avis du Conseil national de l'Ordre relatif aux diplômes, titres et spécificités ;
- Les articles publiés ou acceptés dans des revues scientifiques à comité de lecture ou à caractère non commercial ;

Toute référence à une marque, méthode ou concept ne relève pas des spécificités d'exercices.

### Présentation de la société d'exercice

► S'agissant de l'exercice en société, doivent apparaître :

- La dénomination ou raison sociale ;
- Le siège social ;
- Le numéro d'inscription au tableau de l'Ordre ;
- L'inscription au registre du commerce et des sociétés ;
- La situation conventionnelle.

**Pour les sociétés d'exercice libéral**, doivent en outre apparaître en application de l'article R. 4113-2 du code de la santé publique :

- La forme sociale accompagnée de l'activité exercée ; Ex : SELARL de masseurs-kinésithérapeutes, SELAFA de masseurs-kinésithérapeutes etc.
- Le capital social.

Il peut également être repris l'ensemble des éléments cités dans la rubrique intitulée « *Présentation du masseur-kinésithérapeute* ».

### Présentation du cabinet ou de la structure de regroupement

Les mentions autorisées sont :

► **S'agissant des informations relatives à l'accessibilité du cabinet :**

- Le plan du quartier ;
- Les moyens d'accès au cabinet ou à la structure. Ex : Métro, Bus, Tram etc.
- Présence d'un parking ;
- L'accès aux personnes à mobilité réduite.

En outre, sont également autorisées :

- Les jours et heures de consultations ;
- L'information relative à l'existence d'une piscine et/ou d'une salle réservée d'activité physique adaptée, d'activités d'entretien, de bien-être ;
- Les photos du cabinet ainsi que des matériels.

### Les informations médicales

Le code de déontologie des masseurs-kinésithérapeutes ne s'oppose nullement à ce qu'un masseur-kinésithérapeute puisse informer ses patients.

Toutefois, comme indiqué ci-dessus, le masseur-kinésithérapeute doit se garder de toute attitude publicitaire lorsqu'il présente son activité sur un site Internet. D'autant plus que la frontière entre l'information et la publicité peut-être difficile à établir <sup>1</sup>.

#### ■ Principe

Un masseur-kinésithérapeute a la possibilité de présenter sur son site internet des informations médicales, sans que celles-ci ne constituent un élément de publicité et de valorisation personnelle du praticien et de son cabinet, **dès**

**lors qu'elles ont un caractère objectif et une finalité scientifique, préventive ou pédagogique** <sup>2</sup>.

Un site Internet, qui mettrait en avant le profil personnel du masseur-kinésithérapeute, ses réalisations opérées sur des patients, les soins qu'il prodigue et les spécialités dont il se recommande et qui va au-delà d'une simple information objective, constitue une présentation publicitaire du cabinet, constitutive d'un manquement aux devoirs déontologiques.

Aussi, il est recommandé de créer un lien vers toute source d'informations qui devront être précisées, datées et émaner de sites d'information en santé certifiés par la fondation Health on the net (H.O.N) mandatée pour la France par la Haute Autorité de Santé.

### ■ **Obligations**

Le titulaire du site Internet doit respecter les droits de propriété intellectuelle des auteurs de ces informations.

Il est interdit de relayer des informations à caractère publicitaire évidentes ou dissimulées (ex : publireportage) émanant de laboratoires ou de fabricants de matériels.

Le financement du site doit être personnel sans aucun lien publicitaire de quelque nature qu'il soit. Le site internet ne peut non plus être financé ou sponsorisé par des sociétés, associations ou autres quelles que soient leurs vocations.

Tout icône de contact avec un site publicitaire est proscrit.

Aucun achat de mot-clé n'est autorisé.

### ■ **Contenu possible**

Le masseur-kinésithérapeute est tenu par le code de la santé publique d'apporter un certain nombre d'informations aux patients. Les textes qui prévoient ces obligations ne lui imposent pas d'en faire mention sur son site internet. Il peut toutefois faire le choix de les faire apparaître sur celui-ci.

C'est ainsi que conformément à l'article L.1111-3-6 du code de la santé publique, le masseur-kinésithérapeute, comme tout professionnel, doit informer son patient qu'il dispose d'une assurance destinée à le garantir pour sa

---

2 Voir en ce sens l'arrêt du CE en date du 27 avril 2012.

responsabilité civile ou administrative susceptible d'être engagées dans le cadre des activités prévues à l'article L. 1142-1.

Dans la continuité des articles L.1111-3 et R.1111- du code de la santé publique, les masseurs-kinésithérapeutes peuvent mentionner les tarifs des cinq prestations les plus régulièrement pratiquées. Ils peuvent mentionner également les informations prévues aux articles R. 1111-24 et R. 1111-25 du code précité.

### ■ La responsabilité du masseur-kinésithérapeute

Il relève de la responsabilité du masseur-kinésithérapeute de visiter régulièrement les sites qu'il recommande afin de s'assurer que l'évolution de leurs contenus ne contreviendraient pas aux principes essentiels de la profession en matière d'objectivité et de probité<sup>3</sup>. Il devra également s'assurer que les liens ne soient pas devenus et que le lien ne deviendrait pas obsolète.

#### Agenda en ligne

34

Un masseur-kinésithérapeute, par le biais de son site internet, peut proposer à ses patients des prises de rendez-vous en ligne.

Il convient de souligner que l'identification d'un patient constitue **une collecte et un traitement de données à caractère personnel**. En effet, conformément à la définition donnée par la CNIL, une donnée personnelle est une donnée se rapportant à une personne physique, qui peut être identifiée quel que soit le moyen utilisé par un ou plusieurs éléments qui lui sont propres tel que le nom et le prénom.

Le masseur-kinésithérapeute doit également faire une déclaration à la CNIL.

La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « informatique et libertés » définit les principes à respecter lors de la collecte, du traitement et de la conservation de données personnelles. Elle impose une information en cas de collecte et de traitement des données personnelles notamment en cas de mise à disposition d'un service de rappel de rendez-vous à destination des patients du cabinet. Des modèles de notes d'information sont disponibles sur le site internet de la CNIL.

3 Voir en ce sens la décision normative du CNB publié au JORF du 5/12/2014 : <http://cnb.avocat.fr/file/160695> ; dans le même sens voir le document du CNOM intitulé « *Le médecin dans la société de l'information et de la communication* » de septembre 2016.

Dans l'hypothèse où le masseur-kinésithérapeute décide de déléguer cette prestation, il devra s'assurer du dépôt de la déclaration par le prestataire.

Par ailleurs, le masseur-kinésithérapeute doit respecter les principes suivants :

- Lorsqu'un patient prend rendez-vous, une réponse automatisée de confirmation doit être prévue ;
- Le rendez-vous pris doit impérativement être masqué, seules les dates et heures disponibles doivent apparaître ;
- L'agenda ne peut comporter de zone d'expression libre.

Concernant ce dernier point, il convient de souligner que la notation d'un professionnel au détriment d'un autre contreviendrait aux dispositions de l'article R.4321-67 du code de la santé publique, notamment sur la publicité qui serait faite sur son exercice. Il doit donc veiller à ne pas permettre cette possibilité. En effet, bien qu'un professionnel ne soit pas responsable des agissements de son patient, il n'en demeure pas moins qu'il pourrait engager sa responsabilité disciplinaire au terme de l'article R.4321-51 du même code qui dispose que le masseur-kinésithérapeute est chargé de veiller au respect des dispositions du code de déontologie.

35

Enfin, le masseur-kinésithérapeute doit s'engager à respecter la confidentialité et la sécurité des données communiquées.

### Liens

Tous les liens commerciaux sont interdits.

Toutefois, un lien est autorisé pour renvoyer vers la page publique Facebook du masseur-kinésithérapeute dès lors qu'elle respecte le guide de bonne pratique relatif à la publicité.

Par ailleurs, un lien renvoyant au site public du conseil national de l'Ordre des masseurs-kinésithérapeutes et/ou départemental et ou régional des masseurs-kinésithérapeutes peut apparaître sur le site Internet du masseur-kinésithérapeute.

### Information à l'Ordre

Il est recommandé d'informer préalablement à la mise en ligne de tout site le conseil départemental de l'Ordre d'inscription ainsi que de toute modification substantielle. Le cas échéant, le conseil formulera ses observations sur la base du contenu de cette charte.

## Participation à un site internet public de santé non institutionnel

Un masseur-kinésithérapeute peut être amené à intervenir sur un site public de santé.

Les relations entre le masseur-kinésithérapeute et le titulaire du site public de santé doivent faire l'objet d'un contrat qui sera soumis aux exigences fixées par le code de déontologie et communiqué au conseil départemental de l'Ordre compétent.

Le masseur-kinésithérapeute doit respecter les dispositions des articles R. 4321-64 et R. 4321-65 du code de la santé publique.

## Référence du site

La référence commerciale, procédé qui conduit à faire apparaître le site internet du masseur-kinésithérapeute dans les rubriques commerciales des moteurs de recherches où des annuaires, est prohibée.

GUIDE DES BONNES PRATIQUES  
INFORMATION & PUBLICITÉ

édition de juillet 2017

conception et mise en page : éma Trésarrieu © 2017

---

GUIDE DE  
BONNES  
PRATIQUES

INFORMATION &  
PUBLICITÉ



Ordre des  
masseurs-kinésithérapeutes