

Infirmiers : comment bien utiliser la publicité et la communication



© 2024 Les Echos Publishing

Fin 2020, le Code de déontologie des infirmiers a assoupli les règles qui leur sont applicables en matière d'information et de publicité liées à leur exercice. Pour aider les praticiens à appliquer les bonnes consignes, l'Ordre a publié une fiche indiquant les pratiques acceptables en ce qui concerne notamment les documents professionnels, les sites et réseaux sociaux, les annuaires, les annonces dans la presse, les plaques professionnelles ou encore les flyers. Ainsi, par exemple, il rappelle que les informations figurant sur les documents professionnels ne doivent pas porter atteinte au devoir de bonne confraternité ou encore faire de la concurrence déloyale ou du détournement de patientèle.

Interdiction d'utiliser des hashtags

Il est également indiqué dans la fiche que l'infirmier peut communiquer avec le public par tout moyen, y compris un site internet. Mais il faut que les informations données soient objectives et présentent une utilité lors du choix de son infirmier par le patient. Quant aux réseaux sociaux, de plus en plus utilisés par les professionnels de santé, il faut, là aussi, respecter les règles déontologiques, et notamment

s'abstenir de participer à la diffusion de « fake news ». Mais le recours à des méthodes de référencement numérique, direct ou indirect, payant ou gratuit, reste totalement interdit, par exemple, via l'utilisation de hashtags pour augmenter sa visibilité et cibler des patients potentiels.

Pour en savoir plus : www.ordre-infirmiers.fr

© 2024 Les Echos Publishing