



**ORDRE NATIONAL
DES PÉDICURES-PODOLOGUES**



L'INTERVIEW DU PÉDICURE-PODOLOGUE

LES RELATIONS AVEC PRESSE

Avril 2015

L'article **R. 4322-39** du Code de la santé publique interdit tout caractère publicitaire aux informations délivrées par un pédicure-podologue vers le public ; cette interdiction existe d'ailleurs pour toutes les professions de santé réglementées.

Qu'est-ce qui définit l'aspect publicitaire de ces informations ?

D'après le Petit Larousse, il s'agit de tout ce qui pourrait inciter le public à utiliser les services d'un professionnel de santé. Il faut donc retenir que sont interdites toutes les informations ayant un caractère incitatif ou simplement attractif vis-à-vis de la patientèle, de même que sont interdits tous les procédés - affiches, annonces, encarts, ... conçus pour vanter ces services.

Les interventions dans les médias grand public

Les interventions dans les médias grand public (télévision, radio, presse) peuvent être autorisées si le pédicure-podologue est missionné par une instance représentant la profession.

Le pédicure-podologue peut-être interviewé individuellement dans le cadre de la présentation d'une information générale en santé relative au domaine de compétences de sa profession.

Dans tous les cas de figure, les informations qu'il délivre ne doivent jamais être d'ordre personnel, et il ne doit jamais en tirer de bénéfice professionnel, c'est-à-dire, qu'il n'use pas de cette intervention pour augmenter sa clientèle particulière, vanter sa pratique ou son cabinet (**Art. R. 4322-94.**).

Il convient de veiller à la qualité des informations transmises et de respecter la déontologie de la profession établie dans l'intérêt des patients et du public. Rappelons que « *Toute information délivrée par un pédicure-podologue, par quelque moyen que ce soit, dans un écrit ou par tout autre support d'expression de la pensée, doit être exacte, exhaustive, actualisée...* » (**Art. R.4322-73**). En particulier, divulguer auprès du public un procédé de diagnostic et de traitement quand sa valeur et son innocuité ne sont pas démontrées constitue une faute (Article R.4322-48 du Code de la santé publique).

En pratique, il convient avant la tenue de l'interview de rappeler au journaliste les règles déontologiques incombant aux pédicures-podologues.

Les nom et prénom du praticien interviewé pourront être publiés. En plus de sa profession

de « pédicure-podologue, il peut être fait mention de ses titres de formations complémentaires dans la mesure où celles-ci sont reconnues par le Conseil national de l'Ordre des pédicures-podologues.

Sa photo peut être publiée ou son image diffusée. Il convient alors au praticien de veiller avec l'équipe journalistique que ces illustrations n'aient une présentation ou une connotation laissant supposer un caractère publicitaire ou ne fasse apparaître en arrière-plan des informations annexes (affiches produits, fournisseurs...).

En aucun cas il ne peut y avoir mention de ses coordonnées de lieux d'exercice.

Il ne peut être fait mention non plus d'un lien vers son site Internet professionnel ou pages dans des réseaux sociaux.

Le pédicure-podologue interviewé est responsable de ses propos. Si la retombée médiatique n'était vraiment pas conforme au contenu de l'interview et si les règles déontologiques pourtant rappelées par le praticien n'étaient pas respectées, alors celui-ci peut envoyer par lettre recommandée avec AR un courrier au média concerné et ainsi justifier des responsabilités dans la diffusion d'une information non conforme devant son Conseil régional.

Le déroulé d'une interview n'est pas un exercice facile pour celui qui n'y est pas aguerri. N'hésitez pas à vous rapprocher de votre conseil régional de l'Ordre pour avoir des conseils pratiques et des informations sur tel ou tel support médiatique.