

Recommandations relatives à l'information et à la communication au public par le pédicure-podologue

JANVIER 2021
MISES À JOUR AVRIL 2025



Table des matières

Préambule.....	3
Principes généraux.....	3
I. L'identité visuelle pour l'exercice de la profession de pédicure-podologue.....	4
1. L'utilisation	
2. Les règles à respecter	
3. Les supports de communication	
4. Les formats de l'identité visuelle selon les supports de communication	
5. Le nombre d'identités visuelles selon l'usage	
6. Spécificités	
II. Les supports d'information.....	7
1. La signalétique	
2. Les documents professionnels	
2. Les supports numériques	
III. Les annuaires et plateformes de prise de rendez-vous	16
IV. Les interventions dans les médias.....	17
V. Le cas des professionnels en exercice partiel.....	18

Préambule

Vu le décret n° 2020-1659 du 22 décembre 2020 portant modification du Code de déontologie des pédicures-podologues et relatif notamment à leur communication professionnelle,

Conformément aux dispositions du III du nouvel article R. 4322-39-1, ses nouvelles mesures tiennent notamment compte « des recommandations émises par le Conseil national de l'Ordre ».

L'objectif de ces recommandations est de préciser les règles qui s'appliquent aux pédicures-podologues en matière d'information et de communication à destination du public.

Elles sont susceptibles d'évoluer pour s'adapter notamment aux évolutions législatives et réglementaires en vigueur ainsi qu'aux évolutions des technologies émergentes dans ces domaines.

Principes généraux

La communication professionnelle du pédicure-podologue est libre mais reste encadrée par les règles déontologiques. La profession de pédicure-podologue ne doit pas être pratiquée comme un commerce.

Elle respecte notamment les principes de confraternité, de secret professionnel et doit être conforme aux données acquises de la science.

Elle ne doit pas porter atteinte à la protection de la santé publique, à la dignité de la profession ni aux relations entre le professionnel et le patient.

L'information donnée, directement ou indirectement, par le pédicure-podologue doit être loyale, honnête, exhaustive, actualisée et non comparative.

Dès lors que le pédicure-podologue présente son activité, quel qu'en soit le support, il doit y inclure une information sur les honoraires appliqués. (Art. R. 4322- 61)

Cette communication doit être exprimée avec prudence et mesure et adaptée aux supports.

Le Règlement européen sur la protection des données personnelles entré en application le 25 mai 2018 s'impose à toutes celles et ceux qui gèrent des données personnelles. Le pédicure-podologue gère des données personnelles et des données de santé de ses patients, il se doit de respecter les dispositions du RGPD.

I. L'IDENTITÉ VISUELLE POUR L'EXERCICE DE LA PROFESSION DE PÉDICURE-PODOLOGUE

Le Conseil national de l'Ordre met à la disposition de tout pédicure-podologue ou toute société d'exercice (dénommé ci-après « l'utilisateur ») inscrit au tableau de l'Ordre, une identité visuelle destinée à signaler sans équivoque son exercice.

Elle permet de favoriser l'identification collective de la profession et d'assurer une meilleure visibilité dans le cadre de l'information et de la communication au public.

L'identité visuelle de la profession ne peut en aucun cas être confondue avec le logotype de l'Ordre national des pédicures-podologues dont l'usage protégé est strictement réservé à l'institution.



1. L'utilisation

Cette identité visuelle peut être utilisée sur les différents supports énumérés dans la liste limitative inscrite aux présentes recommandations.

L'utilisation de l'identité visuelle est une possibilité, non une obligation. Elle est la seule utilisable par le pédicure-podologue pour informer et communiquer sur sa profession.

L'utilisateur est soumis à des règles impératives et engage sa responsabilité en cas de non-respect.

2. Les règles à respecter

1. L'identité visuelle est associée à **un règlement d'usage** et **une charte graphique** que l'utilisateur doit respecter ;
2. L'utilisation de l'identité visuelle est conditionnée **au respect du principe d'interdiction de pratiquer la profession comme un commerce** (article R.4322-39 du Code de la santé publique) ;
3. Le droit d'usage de l'identité visuelle est strictement personnel ;
4. L'identité visuelle ne peut pas être utilisée à des fins politiques, polémiques, contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, ou susceptibles de porter atteinte à des droits reconnus par la loi. Elle ne doit pas être associée à des actions ou à des activités susceptibles de porter atteinte à l'Ordre national des pédicures-podologues ou de lui être préjudiciable ;
5. En cas de reproduction de l'identité visuelle, l'utilisateur doit veiller à ne faire subir aucune déformation, modification, altération du dessin, ou surimpression d'autres éléments figuratifs. Le titre « PÉDICURE-PODOLOGUE » est obligatoirement mentionné dans son intégralité selon les caractéristiques prévues dans la charte graphique. Aucune autre mention ne peut être ajoutée ;
6. L'utilisateur doit respecter **le format** de l'identité visuelle selon les supports choisis.

3. Les supports de communication

L'identité visuelle ne peut être apposée que sur :

► La façade d'un immeuble

- soit la façade du cabinet, en applique sur bandeau ou en enseigne,
- soit sur une surface vitrée du cabinet sous forme de vitrophanie.

L'utilisateur ne peut pas cumuler les deux possibilités.

► Les supports physiques :

- documents professionnels (article R.4322-71 du Code de la santé publique),
- plaque professionnelle (article R.4322-74 du Code de la santé publique),
- signalétique intermédiaire autorisée (article R.4322-74 du Code de la santé publique),
- badge professionnel,
- vêtements professionnels.

► Les supports numériques autorisés

► Les diaporamas et publications (article R.4322-39-1 du Code de la santé publique)

► Les affichages liés à des congrès ou manifestations en lien direct avec la profession de pédicure-podologue (article R.4322-39-3 et R.4322-94 du Code de la santé publique).

4. Les formats de l'identité visuelle selon les supports de communication

La taille de l'identité visuelle diffère selon les types de supports de communication choisis par « l'utilisateur » :

Supports	Formats
Sur le bandeau, l'enseigne ou la vitrophanie	La taille maximale de l'identité visuelle de forme ronde est de 600 mm de diamètre
Sur la plaque professionnelle	La taille maximale de l'identité visuelle est de 120 mm de diamètre
Sur la signalétique intermédiaire	La taille maximale de l'identité visuelle est de 120 mm de diamètre
Sur les documents professionnels et les supports numériques	La taille maximale de l'identité visuelle est de 40 mm de diamètre (sous forme numérique cette taille s'applique en référence à un écran de 14 pouces)
Sur les badges professionnels	La taille maximale de l'identité visuelle est de 40 mm de diamètre
Sur les vêtements professionnels	La taille maximale de l'identité visuelle est de 40 mm de diamètre
Sur les diaporamas et publications	La taille maximale de l'identité visuelle est de 40 mm de diamètre (format A4 ou écran 14 pouces)

Sur les affichages liés à des congrès ou manifestations en lien direct avec la profession	La taille maximale de l'identité visuelle est de 600 mm de diamètre
--	---

Si « l'utilisateur » souhaite réduire selon le support choisi l'une des tailles maximales citée ci-dessus, celle-ci devra l'être de manière homothétique (respect des proportions) et pas en dessous d'un diamètre de 2 cm.

5. Le nombre d'identités visuelles selon l'usage

Le nombre diffère selon le type de supports de communication :

- ▮ Soit une seule identité visuelle installée en façade sous forme de bandeau ou sur une enseigne de forme plate recto-verso ; soit une seule identité visuelle en vitrophanie sur une surface vitrée ;
- ▮ Une seule identité visuelle par plaque professionnelle et par signalétique intermédiaire autorisée ;
- ▮ Une seule identité visuelle par page de documents professionnels, diaporama et publication ;
- ▮ Une seule identité visuelle par page de supports numériques ;
- ▮ Une seule identité visuelle par badge professionnel ;
- ▮ Une seule identité visuelle par vêtement professionnel ;
- ▮ Une seule identité visuelle par affichage lié à un congrès ou une manifestation en lien direct avec la profession.

6. Spécificités

▮ Enseigne

L'enseigne est strictement réservée au support de l'identité visuelle : elle ne peut comporter d'autres logos ou marques :

Elle est de forme ronde, fixe, ni pivotante ni flottante et respecte les dimensions de l'identité visuelle soit de dimension maximale de 600 mm de diamètre dont l'épaisseur ne peut excéder 150 mm.

Elle peut être lumineuse aux heures d'ouverture du cabinet mais non clignotante, non animée ou sous forme d'un écran numérique et sa source de lumière est de couleur blanc froid.

▮ Exercice en structure pluridisciplinaire

Dans le cadre d'un exercice au sein d'une structure pluridisciplinaire bénéficiant déjà d'un logo, l'utilisateur peut disposer simultanément de l'usage de l'identité visuelle de sa profession.

II. LES SUPPORTS D'INFORMATION

1. La signalétique

La signalétique, (plaques, panneaux, totems, etc.) est dépendante de la structure, des situations environnementales particulières. Elle ne doit pas revêtir un caractère commercial. Le plan local d'urbanisme et les règles d'affichages s'imposent à tous.

Dans un esprit de bonne confraternité, il est conseillé de présenter son projet à son conseil régional ou interrégional afin d'en vérifier la pertinence.

► La plaque professionnelle (art. R.4322-74)

Sur la plaque professionnelle apposée sur son lieu d'exercice, le pédicure-podologue fait figurer les informations utiles aux patients. Ainsi, il peut mentionner ses noms et prénoms, son titre de formation ou l'autorisation lui permettant d'exercer sa profession, sa situation vis-à-vis des organismes d'assurance maladie. (Art. R. 4322-74)

Il peut préciser :

- numéro(s) de téléphone,
- jours et heures de consultations, étage, consultation sur rendez-vous,
- soins à domicile,
- semelles orthopédiques ou orthèses plantaires (l'un ou l'autre au choix mais sans adjoindre aucun autre qualificatif),
- diplôme d'État,
- diplômes et titres reconnus par le Conseil national de l'Ordre avec leur intitulé exact et leur lieu de formation dont la liste se trouve sur le site www.onpp.fr en suivant le lien : <https://www.onpp.fr/exercice/faire-evoluer-son-metier/diplomes-reconnus.html>.
- l'identité visuelle de la profession telle que définie au chapitre I dans le respect du règlement d'usage et la charte graphique.

Taille et aspect général de la plaque :

La plaque professionnelle, apposée sur la façade du lieu d'exercice professionnel, doit être d'une taille raisonnable dans la limite d'une surface équivalente à 25 x 30 cm, la couleur et le matériau utilisés doivent rester classiques et discrets, selon les usages des professions de santé.

En plus des plaques professionnelles individuelles, les mentions complémentaires « cabinet paramédical », « centre paramédical », « pôle paramédical », « cabinet de pédicurie-podologie », « centre de pédicurie-podologie », « pôle de pédicurie-podologie » peuvent être indiquées, dans une taille maximale de 200 x 30 cm.

Ces mentions caractérisent la structure d'exercice, mais ne précisent pas les pratiques et/ou les orientations professionnelles du pédicure-podologue.

► La signalisation intermédiaire (art. R. 4322-74)

La signalisation intermédiaire relève de la catégorie des pré-enseignes.

Conformément à l'article L. 581-3 du Code de l'environnement, constitue une pré-enseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble dans lequel s'exerce une activité déterminée.

Afin de faciliter l'accès des patients au cabinet du professionnel, une signalisation intermédiaire peut être envisagée. Sa faisabilité dépend de la disposition des lieux, avec des dimensions proportionnées à l'objectif recherché (visibilité, information) et sans visée publicitaire.

Le pédicure-podologue fait uniquement mention de sa profession, son identité ne doit pas apparaître.

Dans le cadre d'un exercice individuel, la taille du support et des caractères doit être de dimensions raisonnables.

Dans le cadre d'un exercice pluridisciplinaire, le pédicure-podologue s'adapte à la pré-enseigne existante sur laquelle seules des professions de santé apparaissent.

S'il s'agit d'une création de signalisation intermédiaire, des dimensions raisonnables s'imposent.

Pour exemples :

- une flèche directionnelle, d'une surface équivalente à 12 X 80 cm, avec la mention « Pédicure - Podologue »,

- un totem d'une dimension de 2,5 m de haut sur 90 cm de large, avec la mention de plusieurs professions de santé.

► Les annonces (art. R. 4322-75)

La publication d'une annonce par le pédicure-podologue relative à son installation ou à une modification de son exercice, qu'elle soit publiée dans la presse (écrite, numérique ou audiovisuelle), ne peut revêtir un caractère commercial.

La parution d'une annonce se justifie uniquement pour les cinq cas suivants :

1. Installation d'un pédicure-podologue titulaire d'un cabinet.
2. Installation d'un pédicure-podologue collaborateur en début de contrat (un renouvellement de contrat à la même adresse n'appelle pas à une nouvelle annonce).
3. La fermeture définitive d'un cabinet.
4. La cession de patientèle.
5. Le transfert d'un cabinet.

Cette annonce doit contenir, le nom et prénom du professionnel, l'adresse du cabinet concerné, la date de réalisation effective et mention de l'un des cinq cas suscités. Par exemple, le changement d'un jour ou d'une heure de consultation, ou l'information pour congés, ne répond pas aux conditions posées par l'article précité et aux présentes recommandations.

Le Conseil national de l'Ordre admet la parution de deux annonces sur une période de trente jours, en observant la règle de la discrétion concernant les dimensions et le contenu, lequel doit être le plus neutre possible.

À titre tout à fait exceptionnel, le Conseil national admet la possibilité pour un pédicure-podologue de passer une annonce informant de la réouverture du cabinet en cas de circonstances exceptionnelles ayant entraîné des dégradations matérielles qui ont nécessité une fermeture temporaire du lieu d'exercice (incendie, inondations, etc.).

Le conseil régional ou interrégional peut guider le professionnel pour le contenu de son annonce.

2. Les documents professionnels

► Les imprimés (art. R. 4322-71)

Sur les imprimés professionnels qui comprennent les ordonnances, les comptes-rendus, les notes d'honoraires, les cartes de correspondance et cartes de visite, le professionnel mentionne :

- ses noms et prénoms,
- ses adresses postales et électroniques,
- ses numéros de téléphone,
- son numéro du répertoire partagé des professionnels de santé (RPPS),
- sa situation vis-à-vis des organismes d'assurance maladie (conventionné ou non),
- son adhésion à une AGA,
- son titre de formation ou son autorisation lui permettant d'exercer sa profession.

NB : l'ordonnance respecte les dispositions de l'art. R161-45 du Code de la Sécurité Sociale.

En fonction de leur format et de leur usage, les imprimés professionnels peuvent également comporter :

- soins à domicile et sur RDV,
- jours et heures de consultation,
- numéro d'inscription à l'Ordre,
- numéro assurance maladie (AM),
- ses diplômes, titres et fonctions reconnus par le Conseil national (se référer à la liste disponible sur le site internet de l'Ordre) sans limitation de nombre. Seul l'intitulé exact du ou des diplômes, avec le lieu de formation, est admis.
- L'identité visuelle de la profession telle que définie au chapitre I dans le respect du règlement d'usage et la charte graphique,
- si le pédicure-podologue s'assure le concours d'un ou plusieurs collaborateurs libéraux et/ou salariés, le nom du ou des collaborateurs et/ou salariés,
- si le pédicure-podologue exerce en association ou en société d'exercice libéral, les noms des pédicures-podologues associés,
- le nom de la plateforme de prise de rendez-vous en ligne,
- l'adresse internet du site professionnel,
- ses distinctions honorifiques reconnues par la République française,
- son appartenance à un exercice coordonné.

3. Les supports numériques

Les supports numériques doivent respecter les principes généraux précédemment énoncés.

En complément des informations précédemment citées pour la signalétique et les imprimés professionnels, ils peuvent comporter notamment :

- les compétences de l'art. R.4322-1 du Code de la Santé publique (CSP),
- les formations, pratiques professionnelles, parcours professionnel compatibles avec le décret de compétences,
- les informations médico-économiques relatives aux honoraires pour les prestations prévues à l'article R. 1111-21 du CSP,
- les conditions de l'exercice professionnel,
- les adresses électroniques,
- les données objectives à finalité scientifique, préventive ou pédagogique, scientifiquement étayées,
- les conditions d'accès au cabinet,
- les langues parlées.

Le pédicure-podologue reste seul responsable de ses déclarations. Sa responsabilité peut être engagée en cas de déclaration mensongère et/ou erronée.

► Le site Internet

Sa création relève de la responsabilité du pédicure-podologue et non de celle du prestataire qui aidera à la réalisation d'un site Internet.

Tout pédicure-podologue, ou société d'exercice, informe son conseil régional ou interrégional de la mise en ligne de son site Internet.

Un collaborateur libéral peut également avoir son propre site Internet. Dans un respect déontologique de bonne confraternité, il en informe le ou les titulaire(s) du cabinet.

Le Conseil de l'Ordre des pédicures-podologues ne délivre aucun label ni agrément aux sites Internet des professionnels. Il a en la matière une fonction de conseil et de veille du respect de la déontologie applicable à la profession.

Le référencement

Le référencement prioritaire des sites internet est interdit en raison de son caractère commercial.

L'adresse du site

Le site Internet s'adresse au public : il faut **considérer l'adresse du site comme une plaque professionnelle sur le web.**

L'adresse du site Internet doit correspondre à l'identité du pédicure-podologue. Elle peut également faire référence au lieu d'exercice.

L'appellation ne doit pas prêter à confusion ou faire croire à un exercice de la médecine.

L'utilisation de pseudonyme est interdite dans l'appellation du site.

Les dénominations susceptibles de favoriser un référencement prioritaire s'apparentent à une pratique commerciale et sont sanctionnables par les règles déontologiques.

Pour exemple, pour un professionnel, l'adresse du site pourra prendre la forme de www.pedicure-podologue.dupont.fr

Pour une société d'exercice libéral, www.selarl-denominationsociale-pedicure-podologue.fr ou www.sel-denominationsociale-pedicure-podologue.fr

Lors du choix du nom de domaine :

- « .com » correspond initialement aux entreprises à vocation commerciale. Il est donc recommandé d'utiliser le « .fr » ou « .eu ».
- « .fr » ou « .eu » :
- « .fr » est l'extension officielle française. Elle implique d'être géographiquement située sur le territoire français. La création du domaine doit être validée par l'AFNIC, centre d'information et de gestion des noms de domaine Internet.
- « .eu » est l'extension officielle des pays de l'Union Européenne, ouverte à toute personne ou entreprise justifiant d'une adresse valide dans l'un des pays membres.
<http://www.afnic.fr/fr/votre-nom-de-domaine/comment-choisir-et-creer-mon-nom-de-domaine/>

Le financement du site

Le pédicure-podologue doit assurer le financement de son site et ne peut faire mention de liens publicitaires de quelque nature qu'ils soient. Le site du praticien ne peut être hébergé par des sociétés à vocation industrielle, associative, commerciale, pharmaceutique ou autres qui seraient de nature à compromettre son indépendance.

Les liens

La création d'un lien entre le site du pédicure-podologue et des sites référencés par lui implique le respect des règles juridiques (droit d'auteur, par exemple) et déontologiques (interdiction des pratiques commerciales, du compérage).

Dès lors que le pédicure-podologue souhaite créer un lien hyper texte vers le site internet de l'ONPP, il doit demander un accord écrit conformément aux règles de la propriété intellectuelle

Les liens vers les sites d'informations en santé certifiés par la fondation Health On the Net (HON) sont autorisés. Le titulaire du site veille à respecter la législation en matière de propriété intellectuelle. Cette obligation trouve son fondement dans la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

Sont interdits les liens avec les sites des entreprises commerciales dont celles fabriquant et/ou distribuant des médicaments, dispositifs médicaux, notamment objets, appareils, produits présentés comme ayant un intérêt pour la santé.

Logo et graphisme

La mise en page du site, son graphisme et son iconographie ne doivent pas apparaître comme fantaisistes, promotionnelles ou commerciales.

Les procédés publicitaires classiques tels les slogans, les « spams », les photos de personnalités publiques, les publicités comparatives ou effectuées pour des tiers, les photos de produits lesquels pourraient donner à penser qu'il y a promotion et/ou vente de produits de sociétés commerciales, sont à prohiber.

Le logo de l'Ordre et le caducée sont des marques déposées par l'Ordre national des pédicures-podologues. Leur utilisation est soumise à accord préalable.

L'identité visuelle de la profession telle que définie au chapitre I dans le respect du règlement d'usage et la charte graphique peut être insérée.

Cela n'exclut pas un travail sur le graphisme du site mais il convient d'éviter tout ce qui nuirait à l'image de la profession de pédicure-podologue, une profession de santé reconnue comme telle et non une profession de bien-être et d'esthétique.

Images et illustrations

Le site peut contenir des images ou photographies notamment celles du praticien, de ses collaborateurs ou de ses locaux. Aucune identification des personnes autres que les professionnels exerçant dans le cabinet ne peut être rendue possible.

Ces illustrations ne doivent en aucun cas avoir une présentation ou une connotation laissant supposer un caractère commercial. Le pédicure-podologue veille à ce qu'aucune information annexe (affiches de produits, fournisseurs, etc.) n'apparaisse, même en arrière-plan.

Contact - courrier électronique - agenda en ligne

L'adresse de courrier électronique de chaque praticien figure sur le site :

- le libellé de l'adresse électronique doit tenir compte du fait de ne pas exercer la profession sous un pseudonyme,
- le libellé retenu ne doit pas prêter à confusion (ne pas faire croire à un exercice de la médecine par exemple).

À titre d'exemple, les libellés suivants respectent ces exigences :

- Pour le professionnel : « nom du praticien-pedicure-podologue@nom du fournisseurd'accès.fr »
- Pour une société d'exercice libéral : « dénomination sociale-pedicure-podologue@nom du fournisseur d'accès.fr »

Le praticien met en garde sur l'absence de confidentialité : « La messagerie utilisée n'est pas sécurisée ».

Si le site du praticien propose [la prise de RDV en ligne](#), une réponse automatisée de confirmation est prévue. Le masquage des rendez-vous déjà pris par d'autres internautes doit être absolu.

L'agenda ne fait apparaître que les dates et heures disponibles et ne propose pas de zone d'expression.

Le praticien met tout en œuvre pour assurer la continuité des soins.

Lettre d'information scientifique et professionnelle

Une lettre d'information peut être proposée sur abonnement ou accord du patient.

L'utilisation d'un fichier d'adresses, non issu du fichier patient du professionnel, peut être assimilé à du démarchage commercial et est contraire aux règles du RGPD sur la protection des données personnelles.

Le destinataire doit pouvoir se désabonner à tout moment. Le contenu de la lettre respecte les règles déontologiques et en aucun cas ne laisse paraître une pratique commerciale.

L'identité visuelle de la profession telle que définie au chapitre I dans le respect du règlement d'usage et la charte graphique peut être insérée.

■ Les réseaux sociaux

Lorsqu'il intervient sur les réseaux sociaux, que ce soit à titre professionnel ou personnel, le pédicure-podologue, parce qu'il est professionnel de santé, doit veiller à respecter la déontologie de sa profession. Les messages qu'il poste dans le cadre des réseaux sociaux engagent sa responsabilité.

Il convient d'être vigilant à l'image véhiculée de soi-même et de l'ensemble de la profession, **veiller à sa « e-réputation » !**

Intervention sur les réseaux sociaux à titre personnel

Tout pédicure-podologue peut créer une page sur un réseau social à titre personnel mais il doit veiller à bien séparer sa vie privée de sa vie professionnelle.

Ainsi, s'il peut tout au plus renseigner sa profession « pédicure-podologue », en aucun cas il ne peut y indiquer d'adresse d'exercice, de description de pratiques.

Intervention sur les réseaux sociaux à titre professionnel

Les pédicures-podologues peuvent utiliser les réseaux sociaux pour échanger des informations entre professionnels de santé tout en respectant les règles déontologiques, notamment celle du **secret professionnel**.

Il est possible de créer des pages (ou des groupes) visant à faire connaître des organismes professionnels, institutions ou pourquoi pas des causes diverses, tout en veillant à ce qu'elles ne donnent jamais lieu à valorisation personnelle ou à démarche commerciale.

Les réseaux sociaux à vocation professionnelle

Le pédicure-podologue doit veiller à respecter des règles de bonne conduite dont les principales sont les suivantes :

- Publier du contenu sur les réseaux sociaux professionnels permet d'échanger sur l'exercice de sa profession, des cas cliniques anonymisés, une situation professionnelle, de nouvelles normes, des références bibliographiques, etc., dans le respect de chacun.
- Le pédicure-podologue qui s'inscrit sur un réseau social professionnel doit veiller à bien lire les règles d'utilisation du réseau et vérifier les liens commerciaux établis par le promoteur. En effet, certains réseaux revendent leur fichier et/ou le contenu des échanges à d'autres prestataires.
- Les utilisateurs interviennent généralement sous leur nom propre ou sous un pseudonyme. Si le pédicure-podologue utilise un pseudonyme, celui-ci doit faire l'objet d'une déclaration auprès du conseil régional de l'ordre dont il dépend (*art. R. 4322-47*).
- Si les messages s'orientent sur l'analyse pour la présentation de cas cliniques, la confidentialité des patients doit absolument être protégée.
- Les utilisateurs doivent veiller à ce que des personnes du grand public n'intègrent pas leur groupe de discussion ce qui pourrait constituer un procédé de publicité interdit.

Le contenu publié sur les réseaux sociaux professionnels ne doit en aucune façon :

- Dénigrer la profession de pédicure-podologue. (Art. R-4322-47 du Code de déontologie : le pédicure-podologue doit veiller dans ses écrits, propos ou conférences à ne porter aucune atteinte à l'honneur de la profession ou de ses membres.)

- Contenir des propos diffamatoires ou sous-entendus négatifs contre un confrère, une consœur, un autre professionnel de santé ou un patient.
- Partager des informations confidentielles (aucune donnée de santé nominatives ne peut être partagée ou échangée via les réseaux sociaux).
- Certains réseaux différents de ceux dédiés aux échanges entre pairs peuvent avoir une vocation strictement professionnelle (LinkedIn). Les membres sont invités à y déposer leur curriculum vitae, leurs pratiques professionnelles par exemple. Cependant, certaines pages de ces réseaux peuvent être accessibles au grand-public et là encore le pédicure-podologue doit veiller à ne pas faire apparaître sur cet accès public les mentions telles les coordonnées du lieu d'exercice, photos, lien vers son site internet, cas cliniques du praticien, etc.

Les réseaux sociaux publics ou généralistes (Facebook, Instagram, etc.)

La création d'une page sur des réseaux sociaux grand-publics dans un cadre professionnel est autorisée dans la mesure où les paramètres proposés permettent une **confidentialité** totale des échanges. Soumises aux mêmes règles que celles des sites internet, **les informations diffusées doivent être d'ordre général** (exemple : une présentation générale du métier de pédicure-podologue). Ce qui laisse finalement peu de latitude pour utiliser ce genre de média à des fins professionnelles, comme les règles suivantes le montrent également :

- Les pédicures-podologues ne peuvent pas utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir leur pratique ou leur cabinet auprès du grand public. Il est par exemple interdit d'indiquer l'adresse de son cabinet d'exercice.
- Ne peuvent utiliser les réseaux sociaux pour accroître leur notoriété via la création d'une page de nature commerciale en se basant sur un système de recommandations/avis (ou « like »).
- Conformément au Code de déontologie (art. R.4322-44), le pédicure-podologue ne pourra pas recommander des produits ou des appareils qu'il prescrit et/ou utilise.
- Il convient de mettre en œuvre les paramétrages de confidentialité et de les vérifier régulièrement.
- Il convient sur son compte personnel comme professionnel d'être vigilant à l'image véhiculée de soi-même et de l'ensemble de la profession, veiller à sa « e-réputation » !
- Si la discussion s'oriente vers une problématique médicale, le pédicure-podologue doit toujours rappeler la nécessité d'une consultation médicale appropriée.
- Le praticien doit veiller à ce que son information médicale soit scientifiquement exacte, exhaustive, actualisée, fiable, pertinente, licite, intelligible et validée.
- En particulier, divulguer dans le 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).

III. LES ANNUAIRES ET PLATEFORMES DE PRISE DE RENDEZ-VOUS

Les insertions dans les annuaires et les sites de prise de rendez-vous en ligne **suivent les mêmes recommandations que pour les supports numériques. (art. R.4322-71)**

La géolocalisation d'un cabinet de pédicurie-podologie ou autre structure de soins est possible, associée à une fiche profil du praticien présentant son activité professionnelle et proposant un lien vers le service de prise de rendez-vous en ligne soit via son propre site Internet, soit via la plateforme d'un prestataire. Dans ce dernier cas, le pédicure-podologue doit veiller à ce que le prestataire s'engage contractuellement à respecter la confidentialité des données d'identification du patient ainsi que celle de ses coordonnées et de ne pas les utiliser à d'autres fins que celle pour lesquelles elles ont été fournies.

Lorsque le pédicure-podologue figure dans les annuaires à usage public, quel qu'en soit le support, il doit s'abstenir de toute concurrence déloyale.

Référencement

Le référencement dit « naturel » (lié à la fréquence des occurrences vers le site du praticien), participe à l'information du public. A contrario, le référencement prioritaire, qu'il soit gratuit, à des fins commerciales ou payant, est interdit du fait qu'il méconnaît les principes de confraternité et d'interdiction de la concurrence déloyale ainsi que l'objectif de protection de la santé publique.

Données personnelles, annuaires, plateformes avec avis ou système de notation

Certains sites Internet proposent un système de notation des professionnels de santé de type « avis du public » émis par les internautes. Ces informations sont collectées à l'insu du praticien, leur pertinence ne présente aucune garantie (objectivation des avis, faux avis, etc.) et sont invérifiables.

Dès lors qu'un pédicure-podologue figure dans un annuaire à usage public, quel qu'en soit le support, les informations le concernant sont considérées comme des données personnelles, dont la diffusion est soumise au Règlement général européen sur la protection des données personnelles (RGPD). Si l'éditeur de l'annuaire n'a pas informé le praticien au préalable de la création d'une fiche à son nom, il revient au pédicure-podologue de lui écrire pour **faire valoir son droit d'opposition** à la parution de ses données personnelles associées aux avis ou notes des internautes.

IV. LES INTERVENTIONS DANS LES MÉDIAS

Pour toutes interventions dans les médias grand public, les noms, prénoms et qualité des pédicures-podologues peuvent apparaître sans qu'il soit fait mention de leur adresse professionnelle ou de la localisation de leur exercice.

Les pédicures-podologues ne peuvent faire état dans leurs interventions et communications que des données objectives à finalité scientifique, préventive ou pédagogique, scientifiquement prouvées. Leur communication conserve une valeur professionnelle.

Le pédicure-podologue peut être missionné par une instance représentant la profession pour intervenir dans les médias grand public (télévision, radio, presse).

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'utilise pas de cette intervention pour augmenter sa clientèle particulière, vanter sa pratique ou son cabinet.

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 diplômes, titres de formations complémentaires, fonctions, dans la mesure où celles-ci sont reconnues par le Conseil national de l'Ordre des pédicures-podologues.

L'utilisation de l'identité visuelle de la profession telle que définie au chapitre I dans le respect du règlement d'usage et la charte graphique par les médias est soumise à autorisation du 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 commercial ou ne fasse apparaître en arrière-plan des informations annexes (affiches produits, fournisseurs, etc.).

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 du Conseil national de l'Ordre pour avoir des conseils pratiques et des informations sur les différents supports médiatiques.

V. LE CAS DES PROFESSIONNELS EN EXERCICE PARTIEL

Une information transparente des patients

L'ensemble des recommandations précédemment développées s'applique aux professionnels libéraux venus d'autres États membres, auxquels **un accès partiel à l'exercice de certaines activités a été accordé** au titre de l'article L. 4002-3 du Code de la santé publique.

Quel qu'en soit le support, lorsqu'un praticien est titulaire **d'une autorisation d'exercice partiel, il doit en faire mention**. Il doit faire **figurer son titre professionnel dans la langue de l'État d'origine**. Une traduction en français de son titre peut lui être exigée.

Il a obligation d'informer publiquement les patients, **avant qu'ils ne prennent rendez-vous** avec lui, par tout support, **de la liste limitée des actes qu'il a été habilité à effectuer**.

L'utilisation de l'identité visuelle n'est pas autorisée dans le cadre de l'exercice partiel.

L'article L. 4002-5 du Code de la santé publique issu de cette ordonnance stipule que « Dans l'exercice des activités auxquelles un accès partiel lui a été accordé, le professionnel dispose des mêmes droits, est soumis aux mêmes obligations et encourt les mêmes responsabilités civiles, disciplinaires et pénales que les professionnels relevant, selon le cas, des dispositions relatives à l'établissement ou de celles relatives à la libre prestation de services, sous réserve des dispositions du présent article.

L'intéressé exerce sous le titre professionnel de l'État d'origine rédigé dans la langue de cet État. L'autorité compétente peut exiger une traduction en français de ce titre professionnel. L'intéressé informe clairement les patients et les autres destinataires de ses services des actes qu'il est habilité à effectuer dans le champ de son activité professionnelle. (...) »



La méconnaissance des présentes recommandations constitue une faute déontologique susceptible de se voir sanctionner par le juge disciplinaire sur plainte d'un confrère, d'un tiers ou du Conseil de l'Ordre.