



LES RÉSEAUX SOCIAUX, UN PUISSANT MOYEN DE COMMUNICATION

Marlène Ferreira

Assistante dentaire,
Boulogne-Billancourt

Les réseaux sociaux sont devenus un moyen de communication puissant, un réflexe pour les particuliers, et un vecteur d'image positive pour les chirurgiens-dentistes et leur cabinet. C'est le « bouche-à-oreille » numérique !

D

ans certains pays voisins, en Allemagne notamment, l'utilisation des réseaux sociaux en marketing santé est une pratique autorisée et très courante. Ainsi, les cabinets dentaires allemands augmentent leur notoriété et leur visibilité sur internet.

Et si les réseaux sociaux devenaient un passage incontournable dans l'évolution de la communication des cabinets dentaires français ?

**Réseaux sociaux en général :
il est possible de dire beaucoup
de choses mais...**

D'un point de vue personnel, il est conseillé de ne pas dévoiler tout ce que l'on fait et de ne pas donner d'informations trop personnelles.

En effet, annoncer une période d'absence sur les réseaux sociaux peut exposer à de mauvaises surprises, comme un cambriolage...

De même, divulguer des données personnelles telles que son numéro de téléphone, son adresse mail, l'adresse de son domicile, ou toute autre information liée à son intimité, peut entraîner du cyberharcèlement.

La liberté d'expression permet de dire beaucoup de choses, mais dans la limite du respect de la liberté d'autrui. Les propos sur les réseaux sociaux n'échappent pas à la loi et peuvent être passibles de sanctions judiciaires. L'atteinte à la vie privée, au droit à l'image; les propos diffamatoires, injurieux, incitant à la haine raciale, ethnique ou religieuse; l'apologie des crimes de guerre sont aussi condamnables dans la sphère virtuelle que dans la vie réelle. Tout n'est donc pas permis, et heureusement!

Réseaux sociaux et professionnels de santé

Outre les règles de bienveillance précédemment citées, les chirurgiens-dentistes sont soumis à une réglementation ordinaire.

La publicité des professionnels de santé n'est pas libéralisée, pour les chirurgiens-dentistes elle est régie par le Conseil de l'Ordre, le code de déontologie et la charte ordinaire « communication du chirurgien-dentiste ».

Le chirurgien-dentiste ne peut pas exercer son art comme un commerce, aussi il est limité dans sa communication, il peut partager des informations à titre scientifique mais étayées, de formation, relatives à ses pratiques et conditions d'exercice, ou encore à son parcours professionnel (il aura dès lors obligation de faire figurer les honoraires pratiqués sur les sites de référencement ou sur son site internet).

Le secret professionnel sur les réseaux sociaux est de mise.

Les textes et jurisprudences existants s'opposent à la diffusion de photos de patients identifiables tant sur les réseaux sociaux que sur les sites internet professionnels des chirurgiens-dentistes, et il est évident qu'aucun nom de patient ne doit apparaître.

Le paragraphe II de l'article 215-1 concerne les modalités de la communication scientifique (déjà explicitées par la charte du CNO):

« Le chirurgien-dentiste peut également, par tout moyen, y compris sur un site internet, communiquer au public ou à des professionnels de santé, à des fins éducatives ou sanitaires, des informations scientifiquement étayées sur des questions relatives à sa discipline ou à des enjeux de santé publique. Il formule ces informations avec prudence et mesure, en respectant les obligations déontologiques, et se garde de présenter comme des données acquises des hypothèses non encore confirmées ».

E-réputation et impact

L'impact de l'évolution des modes numériques de communication est souvent profitable aux cabinets dentaires et vecteur d'image positive.

Néanmoins, en s'exposant sur le web, personne n'est à l'abri d'avis négatifs et qui peuvent mettre en péril l'activité du chirurgien-dentiste. Parfois, trop d'avis positifs peuvent également paraître suspects.

Les patients aiment scruter les avis concernant leur clinicien, les fameuses étoiles font foi. C'est ce qu'on appelle l'e-réputation.

En cas d'avis négatifs considérés comme diffamatoire et/ou injustifié, il est conseillé de répondre, sans trop s'étendre, sans agressivité et en laissant une opportunité de discussion quant au souci rencontré et au ressenti de l'évènement.

Laisser la porte ouverte et montrer sa faculté d'écoute et de compréhension conduira peut-être l'auteur de l'avis à supprimer son mauvais jugement.

Conclusion

Il faut noter que tout auteur est responsable de ses propos sur les réseaux sociaux ou internet, et s'expose à des sanctions s'il dépasse les libertés autorisées.

Il est indispensable de ne pas penser uniquement à soi-même lorsque l'on communique sur le numérique, mais également à autrui. ■■