

Loi Influence

Loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 :

Influence commerciale par voie électronique et obligations légales

La communication des professionnels de santé, et notamment celle des masseurs-kinésithérapeutes, est soumise à un encadrement déontologique et légal visant à assurer la transparence, l'éthique et la qualité des informations diffusées au public.



Position du Conseil National de l'Ordre des Masseurs Kinésithérapeutes

La dernière position du Conseil National de l'Ordre sur la communication des Kinésithérapeutes est qu'ils peuvent communiquer par tous moyens en respectant les principes de moralité, probité et responsabilité.

- Toutefois cela nécessite le respect de la dignité humaine, l'anonymat des patients et l'obligation d'obtenir leur consentement écrit pour l'utilisation de leur image.
- Par ailleurs, toute communication doit être **fondée sur des données scientifiques validées** et ne doit pas induire en erreur le public.
- De plus, il est interdit de dénigrer la profession ou de porter atteinte à son image. Les MK doivent également respecter leurs confrères et les autres professionnels de santé.
- Enfin, **s'ils utilisent un pseudo sur les réseaux**, ils doivent le déclarer auprès de leur CDO MK- Conseil Départemental de l'Ordre de leur région .
- Ensuite, lorsque le Kinésithérapeute communique **dans le cadre d'une activité qui ne relève pas de la kinésithérapie**, cette activité peut être de nature commerciale. **Néanmoins, le MK doit malgré tout respecter ses obligations déontologiques.**

NB : Dans le cadre de l'émergence des influenceurs sur les plateformes en ligne, le législateur est venu encadrer un peu plus ces pratiques dans le secteur de la santé avec la **Loi n° 2023-451** du 9 juin 2023.

Loi influence

Cadre juridique

Encadrement de l'activité d'influence commerciale par voie électronique

La Loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 est venue encadrer l'activité d'influence commerciale par voie électronique (*plateformes en ligne, réseaux sociaux...*) et poser une définition légale du terme « influenceur ».

Un influenceur c'est donc « toute personne physique ou morale qui, à titre onéreux, mobilise sa notoriété auprès de son audience pour communiquer au public, par voie électronique, des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque ».

- Cette loi soumet les influenceurs aux règles de la publicité sur les médicaments, les dispositifs médicaux, les allégations de santé sur les denrées alimentaires, la publicité pour les boissons avec sucres ou sels ajoutés, les boissons alcoolisées, le tabac, les produits de vapotage...
- La loi prévoit également qu'un influenceur n'a pas le droit de faire la promotion, directe ou indirecte, de produits, d'actes, de **procédés, de techniques et de méthodes présentés comme comparables, préférables ou substituables à des actes, des protocoles ou des prescriptions thérapeutiques**. Concrètement, cela vise à **interdire à un influenceur de promouvoir des pseudo-remèdes miracles au public**.
- De même, est interdite la promotion des actes, des procédés, des techniques et des méthodes à **visée esthétique**, concernant des interventions chirurgicales ou des produits.
- La loi leur impose également de rédiger des contrats d'influence écrits en respectant des conditions particulières. Elle pose enfin que la violation de ces interdictions les expose à 2 ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende.



Recommandations et signalement

L'Ordre est le garant de la qualité des soins et de la sécurité des patients : Il assure la défense de l'honneur et de l'indépendance de la profession.

Il est le garant de l'éthique et de la déontologie. Il assure la diffusion des bonnes pratiques et le respect des règles professionnelles.

[Consulter et télécharger](#) et [consultez le guide des recommandations relatives à la communication du MK 2024](#)