

LES OSTÉOPATHES PEUVENT-ILS FAIRE DE LA PUB ?

Depuis Avril 2011 la cour européenne autorise la publicité pour les professions libérales. Trouveriez-vous normal que les ostéopathes puissent faire du marketing ?

Depuis 5 Avril 2011 à la requête d'expert comptable la cour européenne interdit d'interdire le démarchage pour les professions libérales. Le but de cet arrêt est de permettre aux professions libérales françaises qui étaient jusqu'alors règlementées (expert-comptable, avocats, médecins...) de pouvoir faire du **marketing** pour rivaliser dans un monde concurrentiel international.

Les ostéopathes peuvent-ils alors faire de la Pub ?

Une inégalité entre ostéopathes (de tout bord) devant le marketing

L'ostéopathie en France n'est pas encore considérée comme une profession de santé mais comme une profession de soin. Ainsi les ostéopathes exclusifs non-médecins, non-kinésithérapeutes auraient le droit de faire du **marketing** mais pas les ostéopathes professionnels de santé sauf si leur ordre s'aligne avec ce nouveau décret européen.

Cependant certaines associations professionnelles non-obligatoires pour les ostéopathes exclusifs (tel que le ROF) n'autorisent pas leurs adhérents à faire de la **publicité** car ceci ne serait pas déontologique. Ces associations cherchent à aligner l'ostéopathie sur le modèle d'une profession de santé. Ainsi chez les ostéopathes exclusifs certains peuvent faire du **marketing** et d'autres non !

Pour compliquer la chose on pourrait aussi parler des ostéopathes exclusifs anciens kinés toujours enregistrés comme kinésithérapeute. Ceux-ci seraient-ils autorisés à faire de la publicité ou non ? A priori non car ils seraient quelque part toujours professionnel de santé !

Il est aussi à mettre en balance le gros avantage des kiné-ostéopathes (**ostéopathes** non exclusifs) car nombreux sont leurs patients qui sont référés par des médecins alors que les médecins ne sont pas autorisés à référer un patient vers un **ostéopathe** exclusif. Ainsi l'"**ostéopathe** exclusif déontologique" a d'autant plus de mal à remplir son cabinet qu'il ne voit que des patients résultant du bouche-à-oreille (donc par sa qualité d'**ostéopathie**) et cela sans marketing!

Encore une fois on ne peut qu'admirer le double langage de certains médecins et M-K, refusant l'accès aux **ostéopathes** exclusifs le titre de profession de santé et en même temps leur reprocher une éventuelle/potentielle utilisation du **marketing**.

La bonne conduite du Marketing

Quelque soit l'approche de marketing envisagée (même agressive), il doit obligatoirement être respectée une certaine éthique publicitaire "logique":

- Interdiction de se proclamer plus compétent que son voisin: critiquer ou laisser sous-entendre qu'un non-exclusif est moins compétent est aussi inconcevable. (même si l'ordre des kinésithérapeutes trouve cela correct de sous-entendre qu'un non-professionnel de santé est un **ostéopathe** moins compétent. écoutez publicité kiné-ostéo).
- interdiction d'utiliser des affirmations fausses du type "je guéris votre mal de dos"
- interdiction d'avancer des éléments non-prouvés, par exemple avancer que "mon **ostéopathie** aide votre cancer, vos otites..."

Les différents types de Marketing

Il existe différents types de marketing, et c'est en ignorant ce fait que cet article a dû être réécrit. Se présenter à un médecin est une sorte de marketing, de même qu'avoir un site web ou de passer à la télévision, être président d'une association, offrir des formations, participer à un dispensaire, écrire des livres ou encore passer à la radio. Toutes ces formes de Marketing ne se valent pas. Bien que la classification suivante ne soit pas parfaite, elle permet une meilleure appréciation des différents types de marketing:

- **Aucun Marketing à part...:** Les visites de courtoisie chez d'autres professionnels de santé ou collègues ostéopathes sont autorisées ainsi que l'utilisation des pages jaunes, mais pas de site web. Seul pourrait être autorisé le marketing des associations d'ostéopathes (mais sites web personnalisés des associations exclus).
- **Le Marketing passif:** L'**ostéopathe** est roi dans son cabinet et peut y disposer plein de brochures qu'il aura fait lui-même avec les infos de l'**ostéopathe**. Un site web propre au cabinet est autorisé, car ce site web est une réponse à la recherche d'un patient (d'où le terme "passif")
- **Le Marketing actif modéré:** Ce type de marketing est actif mais moins "*in your face*". L'**ostéopathe** pourrait déposer des brochures et des cartes de visite en évidence chez des commerçants. Il pourra représenter son cabinet (avoir un autocollant de son cabinet sur son véhicule par exemple) et s'offrir un cadre dans les pages jaunes par exemple.
- **Le Marketing actif agressif:** Ce type de marketing, c'est le marketing de l'extrême pour le cabinet, vive le capitalisme à outrance! Pub télévision, pub radio, poster dans les abribus ou gros panneau publicitaire, encarts réguliers dans différents journaux... D'autres pratiques comme celle de casser les prix seraient aussi autorisées. Voir ici une campagne qui avait fait scandale celle de M. Truchot sur "groupon.fr", mais qui légalement était légitime.

Quelques côtés positifs et négatifs du marketing

points négatifs:

- Tout d'abord autoriser et encourager les ostéopathes à faire de la **pub** à outrance ne ferait qu'une chose, ce serait d'éloigner l'accessibilité de l'ostéopathie au titre de professionnel de santé! Cela ajouterait une corde à l'arc des gens hostiles à l'entrée de l'**ostéopathie** dans la santé, car dans ce cas-là ils montreront que la déontologie des exclusifs est moindre que celle des professionnels de santé. (à moins bien sûr que cela fonctionne par dissonance cognitive et pousse notre gouvernement à prendre une mesure pour limiter un déferlement de **publicité** ostéopathique en reconnaissant l'ostéopathie comme faisant partie de la santé, qui sait !)
- Qui limitera et surveillera les excès publicitaires et les revendications mensongères?
- Les **ostéopathes** débutants, possédant de petits moyens seront-ils écrasés par des campagnes marketing plus importantes des gros cabinets ?

Points positifs:

- continuer à développer la reconnaissance de l'**ostéopathie** en France en "touchant" plus de patients potentiels
- le marketing c'est avant tout une aide au développement d'un cabinet que l'on démarre, quelques brochures ne coûtent pas chères et bien disposées permettent de "booster" le développement d'un cabinet
- Serait-ce une manière de rééquilibrer le décalage qu'il existe entre des cabinets de certains kiné-ostéos qui se développent très facilement par l'aide de médecins référents et les cabinets d'**ostéopathes** exclusifs