

RESEAUX SOCIAUX ET FORMATIONS



Le Conseil départemental du Gard relaie les enseignements essentiels de la formation « Réseaux sociaux et publicité », organisée par le Conseil national de l'Ordre des sages-femmes. Animée par le service juridique national, cette session avait pour objectif d'accompagner les sages-femmes dans leurs pratiques numériques, dans un contexte où la visibilité en ligne et la communication professionnelle occupent une place croissante.

Communiquer en respectant le Code de déontologie

Depuis l'évolution réglementaire de 2020, les sages-femmes peuvent communiquer sur leur activité, à condition que l'objectif soit strictement informatif et non promotionnel.

Sont autorisées :

- les informations objectives sur le parcours, les compétences et les conditions d'exercice ;
- les contenus éducatifs ou sanitaires fondés sur des données validées.

En revanche, demeurent interdits :

- toute publicité, directe ou indirecte ;
- les témoignages de patientes, messages valorisants, annonces sponsorisées ;
- les comparatifs, remises ou pratiques commerciales.

Cette distinction vise à préserver l'indépendance des professionnelles, l'équité entre les praticiens et la confiance des patientes.

Accompagnantes en périnatalité : vigilance face aux pratiques ambiguës

La formation a rappelé l'augmentation des contenus et services proposés en ligne par des doula, coachs ou accompagnantes en périnatalité. Certains empiètent sur le champ réservé aux sages-femmes.

En cas de doute sur un exercice illégal, le Conseil départemental peut agir : rappel de la réglementation, signalement à l'ARS, voire saisine du procureur sur la base de l'article 40 du Code de procédure pénale.

Sages-femmes et influence : opportunités encadrées

De plus en plus de professionnelles interviennent sur les réseaux sociaux pour informer, sensibiliser et valoriser leur métier. La formation a mis en lumière :

- les opportunités (éducation du public, visibilité, lutte contre la désinformation),
- mais aussi les risques juridiques (responsabilité civile, pénale, disciplinaire).

Les sages-femmes doivent notamment :

- ne publier que des informations scientifiquement étayées ;
- éviter toute promotion commerciale ;
- déclarer les partenariats conformément à la loi « anti-cadeaux » ;
- respecter la loi « Influenceurs » qui impose transparence et encadrement strict des contenus sponsorisés.

Toute activité d'influence menée à titre privé doit être clairement séparée de l'exercice professionnel.

Secret professionnel, vie privée et données personnelles : une vigilance absolue

Le secret professionnel s'applique pleinement aux publications en ligne.

Sont strictement interdits :

- anecdotes identifiables,
- photos de patientes ou d'échographies sans consentement explicite,
- toute information permettant une identification directe ou indirecte.

Les obligations du RGPD rappellent également que les données de santé doivent être protégées, conservées avec prudence et jamais diffusées sans autorisation.

Gérer les avis et propos en ligne : adopter les bons réflexes

En cas d'avis négatif ou de propos dénigrants, il est recommandé de :

1. conserver des preuves (captures d'écran) ;
2. répondre avec bienveillance et neutralité, sans divulguer d'éléments relevant du secret ;
3. demander le retrait si nécessaire ;
4. en cas de propos illicites (injure, diffamation, incitation à la haine), de recourir aux voies de droit appropriées.

Le Conseil de l'Ordre peut agir lorsqu'il existe une atteinte directe ou indirecte à l'intérêt collectif de la profession.

Conclusion

Les réseaux sociaux représentent un outil précieux au service de l'information, de l'éducation et de la visibilité professionnelle. Leur utilisation doit toutefois rester parfaitement maîtrisée. Le respect du secret professionnel, de la déontologie et du cadre légal constitue la garantie d'une communication responsable, fidèle aux valeurs de la profession et protectrice pour les patientes comme pour les praticiennes.