

# L'e-réputation des médecins

**RÉSUMÉ :** Les communications passent de plus en plus souvent par internet et les réseaux sociaux. De nombreux internautes postent des avis sur le web sur de multiples sujets et les médecins sont aussi concernés.

Les avis des patients sont publiés sur plusieurs sites, forums et le plus souvent sur Google. Ces avis peuvent être négatifs, il faudra y répondre. Quand ils les découvrent, les médecins se sentent bien démunis devant des propos diffamants. Pour réagir, plusieurs possibilités leur sont offertes, notamment l'aide du Conseil de l'Ordre. Il leur faudra savoir s'organiser pour contrer ces avis négatifs qui peuvent porter de sérieux préjudices à leur image.



**I. CATONI<sup>1</sup>, E. PLOT<sup>2</sup>,  
P. VANDECASTEELE<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Dermatologue, NEUILLY-SUR-SEINE.

<sup>2</sup> Chirurgien plasticien, PARIS.

<sup>3</sup> Dirigeant de Tematic, agence web médical, PARIS.

Après les hôtels et les restaurants il y a quelques années, les professionnels de santé et les médecins en particulier sont de plus en plus touchés par la publication en ligne d'avis de leurs patients. Lorsqu'ils sont bons, on n'y prête généralement pas attention. Mais lorsqu'ils sont mauvais et dénigrants, ils peuvent engendrer des conséquences préjudiciables. Même si le phénomène est assez récent, il prend de l'ampleur. Toutes les spécialités médicales sont concernées et les dermatologues n'y échappent pas.

Dans le domaine du service, l'impartialité des avis est plutôt difficile à définir, c'est encore plus le cas en médecine. Que dire d'un patient impatient qui laisse un avis négatif après un peu d'attente au cabinet alors qu'un dermatologue est par excellence une spécialité sous pression d'une demande excédant l'offre ?

Sans même parler de l'appréciation des compétences du médecin par ses patients, il est délicat de voir sa "sympathie" ou son "écoute" notée subjectivement sur 5 étoiles tant le ressenti de ces critères peut varier d'une personne à une autre. Un avis factuellement avéré est donc finalement plutôt rare dans ce

*"L'e-réputation est l'influence des contenus visibles sur le web concernant une entité, publiés par elle-même ou non, sur la perception de l'image de cette entité par les internautes [1]."*

domaine. Lorsque celui-ci est négatif, il peut porter atteinte à la réputation et à la probité du médecin avec, à terme, un impact sur son activité.

La loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une république numérique et le décret n° 2017-1436 du 29 septembre 2017 relatif aux obligations d'information relatives aux avis en ligne de consommateurs sont venus encadrer la diffusion de ces avis en ligne mais aucune règle particulière n'existe lorsque l'avis concerne un membre d'une profession réglementée, notamment un médecin.

## Comment dès lors se prémunir face à de tels avis ?

Selon l'adage "pour vivre heureux, vivons cachés", le bon sens dicterait simplement de prendre ses distances avec toute visibilité sur le web. Sauf que ça n'est plus possible depuis long-

temps. Tout professionnel déclaré est aspiré et dupliqué sur le web au travers de nombreux annuaires et bases de données (contenant parfois des erreurs). Les médecins qui ont fait le choix de créer leur propre site web ne sont pas forcément plus exposés et disposent au moins d'un outil sur lequel ils peuvent diffuser une information fiable.

### ■ Le patient connecté et informé

*“Selon un sondage IFOP de 2014, 80 % des Français se rendent sur le web pour chercher des informations sur une maladie ou sur des symptômes [2].”*

De plus en plus de patients vont sur internet pour avoir des précisions sur leurs symptômes ou leur maladie, surtout en cas de pathologie chronique, de cancer ou de maladie rare. Mais, la plupart du temps, ils se fient à l'avis de leur médecin, heureusement ! À nous de les guider dans leurs recherches et de mieux leur expliquer leurs pathologies. Internet peut donc nous aider et nous permettre de gagner du temps pour favoriser la compréhension de leurs pathologies. Pour cela, les sites d'associations de patients sont intéressants, ainsi que ceux des sociétés savantes. En revanche, il est impossible de gérer les nombreux forums de discussion, dont les avis ne sont que rarement l'œuvre de médecins et où les patients peuvent se “lâcher” sous couvert d'anonymat [3, 4].

En ce qui concerne l'esthétique, les patients vont chercher sur le web un médecin ou un chirurgien qui pourrait les prendre en charge ou les conseiller, se renseigner sur les différentes techniques proposées ou encore consulter les avis de patients. L'usage prioritaire d'internet par le grand public pour rechercher un professionnel ou s'informer à son propos exclut complètement une existence qui serait cachée sous les radars du web. Votre nom est cherché et “commenté” de plus en plus sur internet.

On distingue différents types de sites web et plateformes sur lesquels des avis peuvent être postés :

- les forums les plus connus sont ceux de Doctissimo ou aufeminin.com ;
- les sites d'avis tels que Yelp ou le délicieux “Note ton doc” (dont le succès fort heureusement semble plus que confidentiel) ;
- la fameuse fiche Google appelée couramment “fiche Google Maps” mais dont le vrai nom est “Google My Business”.

### ■ Comment veiller à son e-réputation ?

L'e-réputation est incontrôlable, mais c'est au médecin ne pas la laisser salir. Il est donc important de vérifier régulièrement les messages et commentaires. Il convient par conséquent de se rechercher sur Google, Facebook, Twitter ou autre chaque semaine.

### ■ Les avis sur le web

Plusieurs sites offrent la possibilité aux patients de laisser des commentaires sur un médecin, Google, Les Pages Jaunes et les agendas permettant de prendre rendez-vous en ligne.

Différents avis sont observés [5] :

- avis des patients positifs ou négatifs ;
- faux avis de faux patients ;
- faux avis postés par le praticien lui-même ou d'autres praticiens malveillants.

### ■ Répondre aux sollicitations et commentaires ?

En esthétique, les avis concernent surtout les résultats non satisfaisants, ou l'absence de résultat, car souvent les patients sont “impatiens” ou croient aux miracles ! Il peut alors être utile de les contacter et les rassurer. En revanche, un médecin ne peut répondre *via* le site à son patient du fait de son obligation au secret professionnel. Parfois, un simple

appel téléphonique au patient peut permettre de restaurer le dialogue et d'obtenir *in fine* de celui-ci la suppression de son avis négatif.

À défaut, un médecin sera tenté de faire supprimer un commentaire désobligeant, voire d'attaquer en justice pour diffamation. Même si le commentaire est supprimé, rien n'empêche le patient de le publier sur un autre site, laissant ainsi l'impression que le médecin refuse le dialogue.

### ■ Comment gérer un avis négatif ?

Agir pour retirer un avis négatif va être progressivement de plus en plus compliqué suivant le site.

Les forums comme Doctissimo ou aufeminin.com sont heureusement des sociétés françaises respectueuses de leur législation qu'il est facile de contacter afin de demander le retrait d'un avis négatif. Ce type de requête aboutit presque toujours favorablement. Les sites d'avis, suivant qu'ils appartiennent ou non à des sociétés françaises, seront plus au moins faciles à contacter et à convaincre pour retirer des commentaires. Malgré tout, les requêtes aboutissent assez souvent en fin de compte.

Le morceau de choix est, bien sûr, la fameuse fiche Google My Business. C'est fréquemment le support qui recueille le plus d'avis et affiche leur plus grande visibilité sur le web *via* la prédominance du moteur de recherche Google. Ces avis sont directement rattachés à la fiche Google du praticien, elle-même très visiblement mise en avant sur le moteur de recherche, en haut des résultats concernant le nom du médecin.

Même si celle-ci peut être sollicitée, il faut savoir qu'une fiche Google My Business est souvent générée automatiquement par Google à partir du moment où celui-ci croise des données suffisamment fiables pour valider l'existence et

“Art. L. 111-7-2. Code de la consommation – Sans préjudice des obligations d’information prévues à l’article 19 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l’économie numérique et aux articles L. 111-7 et L. 111-7-1 du présent code, toute personne physique ou morale dont l’activité consiste, à titre principal ou accessoire, à collecter, à modérer ou à diffuser des avis en ligne provenant de consommateurs est tenue de délivrer aux utilisateurs une information loyale, claire et transparente sur les modalités de publication et de traitement des avis mis en ligne.”

“Art. D. 111-16. Code de la consommation – Pour l’application des dispositions de l’article L. 111-7-2, un avis en ligne s’entend de l’expression de l’opinion d’un consommateur sur son expérience de consommation grâce à tout élément d’appréciation, qu’il soit qualitatif ou quantitatif.

L’expérience de consommation s’entend que le consommateur ait ou non acheté le bien ou le service pour lequel il dépose un avis.

Ne sont pas considérés comme des avis en ligne au sens de l’article L.111-7-2 du présent code les parrainages d’utilisateurs, les recommandations pour des utilisateurs d’avis en ligne, ainsi que les avis d’experts.”

l’activité d’un médecin : visibilité sur Les Pages Jaunes ou d’autres annuaires médicaux, présence sur les répertoires des sociétés et métiers. La fiche comporte les coordonnées, le plan d’accès, d’éventuelles photos et, de plus en plus, des avis postés par les internautes. N’importe qui possédant un compte Google peut poster un avis sur une fiche Google My Business avec la possibilité de le faire de façon anonyme, sous un faux nom ou un pseudo.

Les avis sont donc publiés quasiment sans filtre sans tenir compte des spécificités réglementées de la profession médicale en France : le secret médical y est joyeusement éventé puisque les noms des patients sont visibles et l’interdiction de témoigner à propos d’un médecin parfaitement ignorée. Tout comme la loi française Informatique et Libertés censée protéger ses citoyens contre l’hébergement non sollicité de données, ce qui est

la caractéristique d’une majorité de fiches Google My Business. Pour couronner le tout, Google ne donne la possibilité ni de supprimer les avis, ni d’entrer en contact avec le service Google My Business, ni de supprimer la fiche concernée, faisant un barrage par défaut à toute velléité de régulation de son e-réputation.

### Comment répondre à un préjudice ?

S’attaquer à Google My Business pour supprimer des avis négatifs sur sa fiche est donc un vrai travail, long et fastidieux, souvent sans succès et qui amènera parfois le médecin à faire intervenir une société professionnelle de l’e-réputation ou un avocat, avec à la clé des coûts non négligeables. Ceux-ci agiront de façon chirurgicale pour tenter de supprimer un avis. Ils pourront aussi tenter une suppression complète de la fiche en la revendiquant et en changeant complètement sa physionomie. Sans garantie là

#### Différentes réponses à un avis négatif :

- Demander à Google le droit à l’oubli.
- S’adresser au service juridique de son assurance.
- Demander l’avis du Conseil de l’Ordre.
- Demander l’avis d’un avocat spécialisé en cas d’avis diffamant ou injurieux [6].

#### Le droit à l’oubli [7]

Droit au déréférencement, dit “droit à l’oubli”, qui permet à un internaute européen de demander, sous condition, que des résultats de recherche sur son nom n’apparaissent plus dans les moteurs de recherche.

#### La position de l’Ordre des médecins

Dr Jacques Lucas : “L’e-réputation est tout ce qui va concerner un médecin dans les espaces numériques et sur Google. Nous conseillons aux médecins d’aller regarder ce qui se dit sur eux en tapant leur nom dans le moteur de recherche [8].”

Sur son site internet, le Conseil national de l’Ordre des médecins a publié en mai 2017 des fiches pratiques qui expliquent la marche à suivre pour demander la suppression de tels avis sur le moteur de recherche Google Maps et celle pour demander la suppression ou le déréférencement de données personnelles [8, 9].

En cas de demande de suppression d’avis ou de vos données personnelles, il convient d’informer le Conseil national ou votre Conseil départemental de vos démarches et de leurs suites éventuelles.

non plus pour sa suppression ni pour sa réapparition à l’avenir.

Si les avis sont dénigrants ou diffamatoires, les médecins les plus tenaces pourront également choisir d’autres alternatives comme la mise en demeure de les supprimer. Les plus courageux déposeront une plainte contre X au commissariat afin d’envoyer une copie par le biais d’un formulaire spécial mis à disposition par Google pour entrer en contact lorsqu’une procédure est diligentée contre lui. Avec à la clé, parfois, la suppression par Google de l’avis en question.

Certains médecins réfléchissent aussi à une action groupée, peut-être soutenue par les assurances spécialisées, afin de porter l’affaire en justice et d’espérer un jour que Google se conforme à la loi française pour donner la possibilité de supprimer facilement la fiche, voire de ne pas pouvoir déposer d’avis concernant les professions réglementées.

Beaucoup de chemin reste à parcourir pour modérer la surenchère de l’e-réputation. Se regrouper et se coordonner pour défendre ses intérêts semble maintenant nécessaire.

## POINTS FORTS

- De plus en plus d'internautes vont sur le web pour des questions de santé, que ce soit pour avoir des informations sur une pathologie ou pour recueillir un avis sur un médecin.
- Plusieurs sites, dont Google Maps, permettent de donner un avis sur un médecin et de le noter.
- On ne devrait pas noter un médecin sur le web comme on note un hôtel ou un restaurant.
- En cas d'avis défavorable ou diffamatoire sur le web, ne répondez pas directement mais demandez conseil à votre assurance, à un avocat ou au Conseil de l'Ordre des médecins.

C'est pourquoi, depuis juin 2016, sous l'impulsion du Dr Frédéric Braccini (Nice), la SAMCEP (Société avancée de médecine et chirurgie esthétique et plastique) a créé une commission e-réputation. Cette commission est constituée de médecins, chirurgiens, avocats, représentants d'assurance, et a pour objectif d'accompagner les confrères confrontés à des problèmes d'e-réputation.

### ■ Conclusion

L'e-réputation est devenue incontournable : plutôt que de lutter contre, il faut

“faire avec”. Elle nous incite à considérer nos patients comme des êtres dont la sensibilité peut les faire réagir en positif comme en négatif.

### BIBLIOGRAPHIE

1. <https://www.ludosln.net/e-reputation-definition/>
2. <https://blog.mondocteur.fr/infographie-comment-les-patients-utilisent-internet>
3. <https://blog.mondocteur.fr/le-portrait-robot-du-patient-connecte-et-informe-qui-va-sur-internet>

Si vous souhaitez envoyer une réclamation concernant une **fiche d'établissement figurant dans Google Maps ou Google My Business (avis, questions et réponses, et fiches d'établissement)**, veuillez utiliser le formulaire suivant : [https://support.google.com/legal/contact/lr\\_legalother?product=googlemybusiness](https://support.google.com/legal/contact/lr_legalother?product=googlemybusiness).

4. Menon AV. Do online reviews diminish physician authority? The case of cosmetic surgery in the U.S. *Soc Sci Med*, 2017;181:1-8.
5. <https://www.legavox.fr/blog/maitre-anthony-bem/reputation-medecins-internet-recours-contre-22463.htm>
6. <http://www.iprotego.com/e-reputation-medecins-chirurgiens.html>
7. <http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/07/19/droit-a-l-oubli-le-conseil-d-etat-renvoie-la-question-a-la-cour-de-justice-de-l-union-europeenne>
8. <https://www.egora.fr/actus-pro/conditions-d-exercice/29318-quand-des-patients-vous-dezinguent-sur-internet-les-bons?nopaging=1>
9. [https://www.conseil-national-medecin.fr/sites/default/files/cnom\\_avis\\_sur\\_internet\\_droit\\_opposition.pdf](https://www.conseil-national-medecin.fr/sites/default/files/cnom_avis_sur_internet_droit_opposition.pdf)

Le Sou Médical-MACSF propose à ses sociétaires bénéficiaires d'un contrat de responsabilité civile professionnelle et de protection juridique une garantie e-réputation couvrant les atteintes à leur e-réputation dans le cadre de leur vie privée et professionnelle.

<https://www.macsf.fr/Nos-produits-services/Vie-professionnelle/Responsabilite-civile-professionnelle-Protection-juridique/RCP-PJ-Professionnels-de-sante/Responsabilite-civile-professionnelle-et-protection-juridique-Liberaux#garanties-optionnelles>

Les auteurs ont déclaré ne pas avoir de conflits d'intérêts concernant les données publiées dans cet article.