



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



ORDRE NATIONAL DES MÉDECINS
Conseil National de l'Ordre

CONVENTION DE PARTENARIAT

ENTRE

L'AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ

ET

LE CONSEIL NATIONAL DE L'ORDRE DES MÉDECINS

Entre les soussignés :

L'AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ (ARPP),

dont le siège se situe 23 rue Auguste Vacquerie, 75116 Paris,
représentée par Monsieur François d'Aubert, son Président.

Et

LE CONSEIL NATIONAL DE L'ORDRE DES MÉDECINS (CNOM),

dont le siège se situe 4 rue Léon Jost, 75855 PARIS Cedex 17,
représenté par le Docteur Patrick BOUET, son Président.

Ci-après désignées les Parties,

PRÉAMBULE

1. L'ARPP

Organisme d'autorégulation professionnelle de la publicité en France, l'ARPP a pour mission depuis 1935 de mener toute action en faveur d'une publicité loyale, véridique, et saine, dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité. L'autorégulation professionnelle de la publicité renouvelée en 2008 est ouverte à la concertation avec la société civile et aux consommateurs, pour l'élaboration des règles et le contrôle de leur application.

Les principes généraux appliqués en conseils tous médias et avis préalables à la diffusion audiovisuelle, aux interventions de l'ARPP et avis du Jury de Déontologie Publicitaire, instance associée à l'ARPP, visent notamment l'identification, la véracité et la loyauté au regard du Code de la santé publique.

En 2016, les Administrateurs de l'ARPP, annonceurs, agences conseils, médias, régies et supports publicitaires, ont mis en place un Observatoire visant à apprécier le niveau de conformité des pratiques publicitaires numériques, au regard des règles applicables et intervenir auprès des acteurs concernés, en vue de contribuer à l'amélioration de celles-ci.

Depuis 2018, cet observatoire est mis à la disposition des organisations professionnelles assurant la gouvernance du Label Digital Ad Trust, délivré aux éditeurs respectant un référentiel dont fait partie le respect des Recommandations de l'ARPP.

2. Le CNOM

En vertu du code de la santé publique :

Le CNOM, qui groupe obligatoirement tous les médecins habilités à exercer, veille au maintien des principes de moralité, de probité, de compétence et de dévouement indispensables à l'exercice de la médecine, et à l'observation, par tous ses membres, des devoirs professionnels, ainsi que des règles édictées par le code de déontologie médicale

À cet effet il prépare un code de déontologie, édicté sous la forme d'un décret en Conseil d'Etat. Ce code contient des dispositions relatives à l'information du public et à la publicité. Il peut édicter aussi des recommandations dans ce domaine

Sur le plan contentieux l'Ordre des médecins peut exercer une action disciplinaire à l'égard des médecins mais aussi, exercer, à l'égard des tiers devant toutes les juridictions tous les droits réservés à la partie civile relativement aux faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif de la profession de médecin.

ARTICLE 1er : OBJET DE LA PRÉSENTE CONVENTION

La présente convention a pour objet d'organiser les relations entre le CNOM et l'ARPP.

Les objectifs des deux parties à la présente convention en faveur d'une régulation efficace de la communication au regard des enjeux de santé sont en effet apparus suffisamment convergents pour inciter à la signature d'une telle convention.

Cette convention n'ajoute ni ne retranche aucune compétence, ni aucun pouvoir, aux deux parties.

Elle ne met aucune obligation financière à la charge des parties.

ARTICLE 2 : ORGANISATION DE L'ÉCHANGE D'INFORMATIONS ENTRE L'ARPP ET LE CNOM

Les services des deux Parties à la présente convention peuvent échanger toutes les informations intéressant l'autre partie qu'ils peuvent recueillir notamment à l'occasion de leurs activités

Les deux Parties peuvent ainsi partager leur expertise et leur analyse sur le sujet d'intérêt commun que constitue la communication dans le domaine de la santé.

Ainsi, l'ARPP peut échanger avec le CNOM sur des communications dites « exemplaires » ou sur celles qui ont appelé une intervention de sa part.

Ces échanges ont lieu dans le respect des règles applicables à l'activité de chacune des Parties, notamment de celles relatives au secret professionnel, au respect de la confidentialité et de celles issues de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiées par la loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles.

ARTICLE 3 : ORGANISATION DE MANIFESTATIONS PUBLIQUES COMMUNES

Sur des sujets d'intérêt commun, l'ARPP et le CNOM peuvent organiser des manifestations publiques (colloques, conférences, sessions d'information...) visant à promouvoir et valoriser leur action dans ce domaine.

ARTICLE 4 : CONTRIBUTIONS DU CNOM AUX TRAVAUX DE L'ARPP

Le CNOM peut, sur invitation de l'ARPP, apporter son expertise à l'occasion, notamment, de l'élaboration par l'ARPP d'une doctrine relative à la communication santé, permettant aux professionnels de la communication d'adapter leurs communications commerciales à des bonnes pratiques partagées.

ARTICLE 5 : CONTRIBUTIONS DE L'ARPP AUX TRAVAUX DU CNOM

L'ARPP peut, sur invitation du CNOM, apporter son expertise en contribuant à sa réflexion dans le domaine de la communication.

Son expertise peut également être sollicitée par le CNOM pour toute question portant sur la publicité et les règles qui l'entourent et leur application effective.

ARTICLE 6 : SAISINE POSSIBLE PAR LE CNOM DU JURY DE DÉONTOLOGIE PUBLICITAIRE

Le CNOM peut saisir le Jury de Déontologie Publicitaire, instance associée à l'ARPP, de toute publicité ne lui paraissant pas conforme au regard des seules règles déontologiques de l'ARPP ou du Code de la Chambre de Commerce Internationale (ICC) « Publicité et communications commerciales ».

Cette saisine n'affecte pas le pouvoir du CNOM de diligenter, à tout moment, toute autre procédure ou, plus généralement, d'accomplir tout acte que justifie par ailleurs cette publicité.

Le Jury de Déontologie Publicitaire prendra ses avis en toute indépendance, au regard des règles déontologiques sur lesquelles il est chargé de délibérer.

L'avis du Jury de Déontologie Publicitaire de l'ARPP, éventuellement pris après la procédure de Révision, ne lie pas le CNOM.

ARTICLE 7 : DURÉE DE LA PRÉSENTE CONVENTION

La présente convention pourra être dénoncée à tout moment, sous réserve pour la Partie qui procède à cette dénonciation d'en informer l'autre dans un délai qui ne peut être inférieur à 45 jours avant la date de prise d'effet de cette dénonciation.

ARTICLE 8 : MODIFICATIONS DE LA PRÉSENTE CONVENTION

La présente convention peut être modifiée, en tant que de besoin, à la demande de l'une ou l'autre des Parties, et après accord de ces dernières.

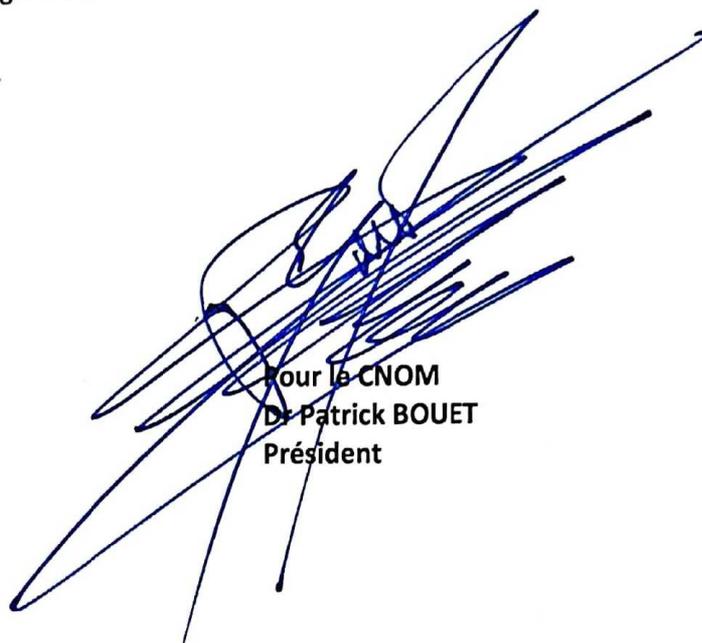
ARTICLE 9 : ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION

La présente convention entre en vigueur dès sa signature.

Fait à Paris, le mercredi 2 octobre 2019



**Pour l'ARPP
M. François d'AUBERT
Président**



**Pour le CNOM
Dr Patrick BOUET
Président**