

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

5 mars 2007

PROPOSITION DE LOI

**réglementant la publicité relative aux
interventions à visée esthétique**

(déposée par Mmes Dominique Tilmans,
Muriel Gerkens, Véronique Salvi,
Yolande Avontroodt et
M. Daniel Bacquelaine)

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

5 maart 2007

WETSVOORSTEL

**tot regeling van de reclame
voor cosmetische ingrepen**

(ingediend door de dames Dominique
Tilmans, Muriel Gerkens, Véronique Salvi,
Yolande Avontroodt en de heer
Daniel Bacquelaine)

RÉSUMÉ

La proposition entend s'appliquer à tous les praticiens de l'art médical et dentaire et vise à interdire la publicité relative aux interventions à visée esthétique. Ce principe est assorti d'une exception: la publicité personnelle est autorisée dans certaines conditions. On vise par cette dernière la publicité informative, qui permet à un praticien de se faire connaître et de donner un minimum d'informations sur ses activités.

SAMENVATTING

Dit wetsvoorstel richt zich op alle artsen en tandartsen en strekt ertoe reclame voor cosmetische ingrepen te verbieden. Op dat beginsel geldt één uitzondering: in bepaalde omstandigheden is persoonlijke reclame toegestaan. Het moet dan gaan om informatieve reclame die een practicus naamsbekendheid geeft en waarin hij een minimum aantal inlichtingen omtrent zijn activiteiten verstrekt.

<i>cdH</i>	: Centre démocrate Humaniste
<i>CD&V</i>	: Christen-Democratisch en Vlaams
<i>ECOLO</i>	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales
<i>FN</i>	: Front National
<i>MR</i>	: Mouvement Réformateur
<i>N-VA</i>	: Nieuw - Vlaamse Alliantie
<i>PS</i>	: Parti socialiste
<i>sp.a - spirit</i>	: Socialistische Partij Anders - Sociaal progressief internationaal, regionalistisch integraal democratisch toekomstgericht.
<i>Vlaams Belang</i>	: Vlaams Belang
<i>VLD</i>	: Vlaamse Liberalen en Democraten

Abréviations dans la numérotation des publications :

DOC 51 0000/000 : Document parlementaire de la 51e législature, suivi du n° de base et du n° consécutif

QRVA : Questions et Réponses écrites

CRIV : Version Provisoire du Compte Rendu intégral (couverture verte)

CRABV : Compte Rendu Analytique (couverture bleue)

CRIV : Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes) (PLEN: couverture blanche; COM: couverture saumon)

PLEN : Séance plénière

COM : Réunion de commission

MOT : Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)

Afkortingen bij de nummering van de publicaties :

DOC 51 0000/000 : Parlementair document van de 51e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer

QRVA : Schriftelijke Vragen en Antwoorden

CRIV : Voorlopige versie van het Integraal Verslag (groene kaft)

CRABV : Beknopt Verslag (blauwe kaft)

CRIV : Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen) (PLEN: witte kaft; COM: zalmkleurige kaft)

PLEN : Plenum

COM : Commissievergadering

MOT : Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

Publications officielles éditées par la Chambre des représentants

Commandes :
Place de la Nation 2
1008 Bruxelles
Tél. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.laChambre.be

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers

Bestellingen :
Natieplein 2
1008 Brussel
Tel. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.deKamer.be
e-mail : publicaties@deKamer.be

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Introduction

L'esthétique en général, et plus particulièrement la chirurgie esthétique, est au cœur de l'actualité. Le culte du physique, les standards imposés par la mode et la peur de mal vieillir poussent de plus en plus de personnes à recourir à la chirurgie esthétique, en vue de modifier leur apparence.

De très rares chiffres¹ nous indiquent qu'entre 20.000 et 30.000 liposuccions ou lipoaspirations sont pratiquées chaque année en Belgique. 10.000 femmes ont, quant à elles, recours aux implants mammaires. Globalement, on estime en France entre 150.000 et 200.000 les actes de chirurgie esthétique par an.

La chirurgie esthétique est une discipline médicale qui renferme le pire comme le meilleur, des charlatans préférant le commerce à l'éthique médicale comme des spécialistes qualifiés travaillant dans les règles de l'art.

Les interventions, telles que les liftings, liposuccions et augmentations mammaires, ne sont pas des actes anodins. En effet, ces actes esthétiques sont de véritables opérations, à ne pas prendre à la légère, avec des risques et des complications potentiels. Nous devons débanaliser ces actes souvent irréversibles, qui engagent toute une vie.

L'engouement pour la chirurgie esthétique est accentué par la surmédiation de la part de la presse écrite et télévisée. Les émissions de télé-réalité ou de voyeurisme se multiplient sur nos écrans.

L'esthétique est également très présente sur Internet. De nombreux médecins et cliniques privées utilisent ce média pour faire leur publicité. Certains le font sobriement, uniquement dans l'intention de se faire connaître; d'autres, dans un but mercantile et financier. Ces derniers usent et abusent de cet outil d'information qu'est Internet.

Nous sommes face à une véritable prolifération de sites web de praticiens et d'instituts esthétiques,

¹ «Top 5 des interventions: la beauté à quel prix», La Meuse, 4 mai 2005.

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Inleiding

Cosmetiek in het algemeen en, meer in het bijzonder, de cosmetische chirurgie staan momenteel sterk in de belangstelling. Almaar meer mensen zoeken hun toevlucht tot cosmetische chirurgie om hun uiterlijk te veranderen, beïnvloed als ze zijn door de lichaams-cultus, de door de mode opgelegde standaarden en de angst bij het verouderen af te takelen.

Uit het karige cijfermateriaal dat daarover beschikbaar is¹, blijkt dat in België jaarlijks tussen 20.000 en 30.000 liposucties of lipoaspiraties worden uitgevoerd, terwijl 10.000 vrouwen een borstimplantaat laten inbrengen. Naar schatting worden elk jaar in Frankrijk alles samen 150.000 à 200.000 cosmetische heelkundige operaties verricht.

De cosmetische chirurgie is een medische discipline waarin men zowel het slechtste als het beste tegenkomt: van charlatans die commercie boven medische ethiek verkiezen tot gekwalificeerde specialisten die volgens de regels van de kunst werken.

Ingrepen zoals liftings, liposucties of borstvergrotingen zijn geen onschuldige handelingen. Het gaat om échte operaties, die niet mogen worden onderschat en die risico's en mogelijke complicaties inhouden. Het is zaak die soms onomkeerbare ingrepen, waarvan de effecten levenslang duren, niet te laten overkomen als iets banaals.

De rush naar cosmetische chirurgie wordt nog versterkt door de overdreven media-aandacht, in de pers en op televisie. Op de beeldbuis tieren *reality-TV* en voyeurisme almaar weliger.

Ook op het internet zijn cosmetische thema's legio. Heel wat artsen en privéklinieken gebruiken dat medium om reclame te maken. Sommigen houden het sober en willen zich via het internet alleen maar kenbaar maken, anderen daarentegen hebben duidelijk mercantiele en financiële bedoelingen, wat leidt tot misbruik van wat eigenlijk toch een informatiekanaal is.

Het aantal websites van beoefenaars en wellness-klinieken neemt hand over hand toe. Zij geven hoog op

¹ «Top 5 des interventions: la beauté à quel prix?», in: La Meuse, 4 mei 2005

vantant leurs mérites personnels et ceux de leurs activités, avec des photos avant-après. Certains proposent même des promotions mensuelles, ou à l'occasion de leur anniversaire.

La publicité influence le comportement du consommateur. Nous pensons que la publicité, lorsqu'elle est informative, est acceptable et même souhaitable. Par contre, lorsque celle-ci est racoleuse, elle est alors inacceptable.

Belgique: contexte légal et réglementaire

En 2006, la loi sur les médicaments du 25 mars 1964 a été modifiée, afin d'interdire à toute personne physique ou morale de faire de la publicité destinée au public pour les dispositifs médicaux implantables et leur placement. Les implants mammaires sont notamment visés.

Cette modification législative ne concerne qu'une partie de la publicité sur la chirurgie esthétique. Dès lors, aucun texte ne réglemente spécifiquement la publicité racoleuse dans ce domaine. Un vide juridique existe donc.

Pourtant, le Code belge de déontologie médicale, dans son chapitre III, aborde de façon générale le problème de la publicité et fixe les limites dans lesquelles les médecins peuvent porter leur activité à la connaissance du public.

En effet, ce Code prévoit notamment que:

– «L'information donnée doit être conforme à la réalité, objective, pertinente, vérifiable, discrète et claire. Elle ne peut en aucun cas être trompeuse. Elle ne peut être comparative. Les résultats d'examens et de traitements ne peuvent être utilisés à des fins publicitaires. (...);

– Le rabattage de patients est interdit (...);

– La formulation et la présentation de la publicité ainsi que les méthodes et techniques y afférentes, en ce compris les sites Internet, plaques nominatives, en-têtes et mentions dans des annuaires, doivent être conformes aux dispositions de l'article 13.».

Nous constatons que l'Ordre des médecins fait une distinction entre la publicité informative, qui est autorisée, et la publicité de rabattage ou racoleuse qui est interdite. D'autre part, le Code interdit l'utilisation des

van hun persoonlijk kunnen en van hun activiteiten, daarbij gebruik makend van foto's «voor en na». Sommigen gaan zelfs zo ver dat zij uitpakken met maandelijkse promoties of promoties ter gelegenheid van het feit dat zij een bepaald aantal jaren actief zijn.

De reclame beïnvloedt het gedrag van de consument. Wij vinden dat reclame aanvaardbaar en zelfs wenselijk is, als de boodschap maar informatief blijft. Draait alles daarentegen uitsluitend om commercie, dan kunnen wij daar niet mee instemmen.

België: de vigerende wetten en voorschriften

In 2006 kwam er een wijziging van de geneesmiddelenwet van 25 maart 1964. Sindsdien is het «verboden voor elke fysieke persoon of rechtspersoon om reclame bestemd voor het publiek te maken voor implanteerbare hulpmiddelen» en voor de inbrenging ervan. Met name worden daarmee borstimplantaten bedoeld.

Die wetwijziging behelst slechts een deel van de reclame voor cosmetische chirurgie. Geen enkele tekst bevat immers bepalingen die specifiek van toepassing zijn op ware ronselreclame die in die sector wordt gevoerd. Er is dus sprake van een leemte in het recht.

Nochtans komt het aspect reclame in algemene bewoordingen aan bod in hoofdstuk III van de Belgische Code van geneeskundige plichtenleer. In die Code worden de krijtlijnen aangegeven waarbinnen de artsen hun activiteiten aan het publiek kenbaar mogen maken.

Een aantal uittreksels uit die Code:

– «De verstrekte informatie dient waarheidsgetrouw, objectief, relevant, verifieerbaar, discreet en duidelijk te zijn. Zij mag in geen geval misleiden. Zij mag niet vergelijkend zijn. Resultaten van onderzoeken en behandelingen mogen niet voor publicitaire doeleinden worden aangewend (...);

– «Ronseling van patiënten is niet toegelaten (...);

– «De verwoording en vormgeving van de publiciteit evenals de hierbij gebruikte methoden en technieken – inclusief internetsites, naamborden, briefhoofden en vermeldingen in gidsen – moeten beantwoorden aan de bepalingen van artikel 13.».

Het valt op dat de Orde van Geneesheren een onderscheid maakt tussen informatieve reclame, die is toegestaan, en agressief wervende reclame of ronselreclame, die verboden is. Voorts verbiedt de Code het

résultats d'examens et de traitements. Cela peut viser les photos «avant-après».

Malheureusement, l'Ordre des médecins éprouve des difficultés à faire respecter ces règles concernant la publicité, notamment en raison de l'ampleur quantitative du phénomène, des difficultés techniques liées au contrôle d'Internet et de l'absence de plaintes.

Néanmoins, le Conseil national de l'Ordre des médecins a récemment confirmé et complété son avis du 1^{er} octobre 2005 relatif à la gestion des sites Internet de médecins. Dans cet avis, l'Ordre proscrit un certain nombre d'informations, telles que la publicité trompeuse ou comparative, les tarifs comparatifs des honoraires et la présentation des résultats des traitements. Selon lui, la création d'un site Internet ne peut avoir d'autre but que d'informer le public de son activité professionnelle. En outre, le site Internet doit se conformer aux règles relatives à la publicité, du Code de déontologie médicale.

France: interdiction de la publicité

En 2002, la France a adopté une législation destinée à encadrer spécifiquement les installations où sont pratiqués les actes de chirurgie esthétique.

Ainsi, elle a tout d'abord adopté une loi du 4 mars 2002 relative aux droits des malades et à la qualité du système de santé. Cette loi prévoit deux volets, à savoir la qualité des installations où sont pratiqués les actes relevant de la chirurgie esthétique, ainsi qu'un renforcement des obligations du praticien vis-à-vis du patient. Cette loi prévoit l'interdiction de la publicité directe ou indirecte.

Une circulaire du 23 décembre 2005 relative à l'autorisation de fonctionnement des installations de chirurgie esthétique précise:

«L'article L. 6322-1 interdit aux installations autorisées de bénéficier d'une publicité «directe ou indirecte, sous quelque forme que ce soit».

Cette prescription a le même fondement de principe que les interdictions déontologiques faites aux médecins par l'article R. 4127-19 du Code de la santé publique. Elle est claire et n'appelle pas de mesure

gebruik, in de reclame, van de resultaten van onderzoeken en behandelingen. Dat zou kunnen slaan op de foto's «voor en na».

Jammer genoeg ondervindt de Orde van Geneesheren moeilijkheden als het erop aankomt die reclamevoorschriften te doen naleven, met name doordat het fenomeen een zo grote omvang aanneemt, maar ook doordat het technisch niet makkelijk is het internet te controleren en er nog geen klachten werden ingediend.

Niettemin heeft de Nationale Raad van de Orde van Geneesheren onlangs zijn advies van 1 oktober 2005 betreffende het houden van internetsites door artsen bevestigd en aangevuld. In dat advies verbiedt de Orde een aantal vormen van informatie, zoals misleidende of vergelijkende reclame, honorariavergelijkingen en de vermelding van de resultaten van de behandelingen. Volgens de Orde mag een internetsite als enige bedoeling hebben het publiek over de beroepsactiviteiten van de betrokken arts te informeren. Bovendien moet de internetsite de voorschriften inzake reclame in acht nemen, zoals die zijn opgenomen in de Belgische Code van geneeskundige plichtenleer.

In Frankrijk geldt een reclameverbod

In 2002 is in Frankrijk wetgeving aangenomen met specifieke voorschriften aangaande de inrichtingen waar ingrepen in het kader van cosmetische chirurgie worden uitgevoerd.

Allereerst werd op 4 maart 2002 «*la loi relative aux droits des malades et à la qualité du système de santé*» goedgekeurd. Die wet bevat twee onderdelen: er wordt voorzien in kwaliteitsgaranties voor de inrichtingen waar ingrepen in het kader van cosmetische chirurgie worden uitgevoerd, en voorts worden de beoefenaar striktere verplichtingen ten aanzien van de patiënt opgelegd. Bovendien behelst die wet een verbod op directe of indirecte reclame.

In een circulaire van 23 december 2005 «*relative à l'autorisation de fonctionnement des installations de chirurgie esthétique*» wordt het volgende gepreciseerd:

«*L'article L. 6322-1 interdit aux installations autorisées de bénéficier d'une publicité directe ou indirecte, sous quelque forme que ce soit*».

Die bepaling berust op dezelfde grondbeginselen als de deontologische verboden die artikel R. 4127-19 van de Franse *Code de la santé publique* de artsen oplegt. Ze is in duidelijke bewoordingen gesteld en behoeft geen

particulière d'application. Elle concerne évidemment tous les moyens d'information, Internet compris. Il convient de souligner qu'elle n'empêche aucunement les titulaires de l'autorisation de donner au public, sans employer les procédés de la publicité, des renseignements de fait sur leurs installations, leurs activités et les compétences de leurs praticiens, en les présentant avec sobriété. Elle ne fait aucunement obstacle aux communications de nature scientifique, dans les revues spécialisées par exemple, ni aux ouvrages d'enseignement, dès lors que ces publications ne comportent pas de mentions en faveur d'un établissement.

Nécessité d'une intervention législative

Vu l'absence d'une réglementation complète en matière de publicité portant sur les interventions esthétiques et les conséquences médicales de ces actes, les auteurs proposent de combler le vide juridique qui laisse aujourd'hui la place à toutes les dérives. Pour ce faire, ils se sont inspirés du Code de déontologie médicale et de l'avis du 1^{er} octobre 2005 du Conseil national. Ainsi, l'évolution de la déontologie est respectée.

La présente proposition de loi entend s'appliquer à tous les praticiens de l'art médical et dentaire, dont le titre professionnel est visé par l'arrêté royal du 25 novembre 1991 (établissant la liste des titres professionnels particuliers réservés aux praticiens de l'art médical, en ce compris l'art dentaire) lorsqu'ils posent, à titre principal ou accessoire, des interventions à visée esthétique.

De cette manière, cette loi concernerait tant les généralistes que les spécialistes. Les auteurs prévoient également le cas des établissements exploités par des non-médecins.

En matière d'esthétique, les auteurs prévoient un champ d'application assez large. Ils utilisent le terme «intervention à visée esthétique», qui se définit comme intervention médicale et/ou chirurgicale consistant à modifier l'apparence physique d'un individu.

D'une part, les auteurs préconisent l'interdiction de la publicité en matière d'esthétique. Ce principe est assorti d'une exception car la publicité personnelle est autorisée. On vise par cette dernière la publicité informative, qui permet à un praticien de se faire connaître et de donner un minimum d'informations sur ses activités. En permettant uniquement ce type de publicité,

bijzondere uitvoeringsmaatregelen. Uiteraard heeft ze betrekking op alle informatiekkanalen, inclusief het internet. In dat verband zij onderstreept dat die bepaling de houders van een dergelijke vergunning geenszins verbiedt het publiek feitelijke informatie te verschaffen over hun voorzieningen, hun activiteiten en de competenties van hun beoefenaars, mits dat met mate gebeurt en zij zich onthouden van reclameprocedures. Evenmin houdt die bepaling een verbod in op wetenschappelijke informatieverstrekking, bijvoorbeeld in de gespecialiseerde tijdschriften of in handboeken, op voorwaarde dat dergelijke publicaties geen vermeldingen bevatten die een of andere instelling op de voorgrond brengen.

De noodzaak wetgevend op te treden

Aangezien er in verband met reclame voor cosmetische ingrepen en inzake de medische gevolgen ervan geen exhaustieve regelgeving bestaat, staat de deur wijd open voor alle vormen van misbruik. De indieners stellen voor die juridische leemte op te vullen. Daartoe hebben zij zich gebaseerd op de Code van geneeskundige plichtenleer en op het advies van de Nationale Raad van 1 oktober 2005. Aldus wordt de evolutie van de plichtenleer in acht genomen.

De in dit wetsvoorstel opgenomen tekst zou van toepassing zijn op alle beoefenaars van de geneeskunde en de tandheelkunde, van wie de beroepstitel valt onder het koninklijk besluit van 25 november 1991 (houdende de lijst van bijzondere beroepstitels voorbehouden aan de beoefenaars van de geneeskunde, met inbegrip van de tandheelkunde) en wanneer zij als hoofd- of nevenactiviteit ingrepen van cosmetische aard verrichten.

Zodoende zou die tekst op de huisartsen als op de specialisten betrekking hebben. De indieners nemen ook het geval van de door niet-artsen geëxploiteerde instellingen in aanmerking.

Wat de cosmetiek betreft, voorzien de indieners in een vrij ruim toepassingsgebied. Ze hanteren het begrip «cosmetische ingrepen», dat wordt omschreven als een medische en/of chirurgische ingreep die erin bestaat het uiterlijk van een individu te wijzigen.

Eensdeels stellen de indieners voor reclame voor cosmetische ingrepen te verbieden. Dat principe gaat evenwel gepaard met één uitzondering, want persoonlijke reclame zou worden toegestaan. Daarmee wordt de informatieve reclame beoogd, die een beoefenaar de mogelijkheid biedt zich bekend te maken en een minimum aan informatie te verstrekken over zijn

l'objectif d'interdire la publicité racoleuse et de rabattage est atteint. Ces principes sont notamment inspirés du Code de déontologie médicale.

D'autre part, lorsque la publicité personnelle porte sur un acte esthétique déterminé, elle doit mentionner un certain nombre d'éléments, dont la formation et le titre du praticien, les contre-indications, les effets secondaires...

Une proposition distincte traitera du cas des publicités émanant de personnes non qualifiées à poser des actes médicaux, la présente proposition ne pouvant bien sûr pas être interprétée, à contrario, comme autorisant ce genre de publicité par ce type de personnes et pour ce type d'actes.

Enfin, des sanctions pénales sont prévues en cas de non-respect de cette législation. Le contrôle est dès lors laissé aux cours et tribunaux.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Art. 2

Cet article concerne les définitions.

La définition de la publicité utilisée à l'article 2, 1°, vise toute publicité ayant pour objectif de promouvoir les interventions à visée esthétique, diffusée par tous les moyens d'information, Internet compris. Les hyper-liens et bannières des sites Internet sont, par ailleurs, visés et doivent respecter les dispositions de la présente loi.

Les définitions de la publicité trompeuse, ainsi que de la publicité comparative, sont inspirées des définitions issues de la loi du 2 août 2002 relative à la publicité trompeuse et à la publicité comparative, aux clauses abusives et aux contrats à distance en ce qui concerne les professions libérales.

S'agissant ici de publicités portant sur des interventions relevant d'une activité médicale, et non d'une activité économique, les définitions sont adaptées au caractère spécifique de cette activité.

La publicité personnelle recouvre ce qui relève de la publicité purement informative, à l'exclusion de tout ce qui pourrait relever de la «publicité de rabattage» ou de la publicité dite «racoleuse». Cette publicité personnelle doit permettre aux praticiens d'informer les personnes

activités. Door alleen dat soort van reclame toe te staan, wordt de doelstelling bereikt die erin bestaat agressief wervende reclame of ronselreclame te verbieden. Voor die principes heeft onder meer de Code van geneeskundige plichtenleer model gestaan.

Anderzijds, als persoonlijke reclame betrekking heeft op een welbepaalde cosmetische ingreep, moet ze een aantal elementen vermelden, waaronder de opleiding en de titel van de beoefenaar, de contra-indicaties, de nevenwerkingen enzovoort.

Een afzonderlijk wetsvoorstel zal betrekking hebben op reclame door personen die niet gekwalificeerd zijn om medische handelingen te verrichten. Het voorliggende wetsvoorstel mag derhalve niet *a contrario* worden uitgelegd als zou het dat soort van reclame door dergelijke personen voor dergelijke operaties toestaan.

Tot slot is in strafrechtelijke sancties voorzien ingeval deze in uitzicht gestelde wetgeving niet in acht wordt genomen. Bijgevolg worden de hoven en rechtbanken met de controle belast.

COMMENTAAR BIJ DE ARTIKELN

Art. 2

Dit artikel omvat de definities.

Met de reclame waarvan sprake is in artikel 2, 1°, wordt elke reclame bedoeld die tot doel heeft ingrepen met cosmetische doeleinden te promoten en die wordt verspreid via alle informatiemiddelen, met inbegrip van het internet. De hyperlinks en de banners van de internetsites vallen daar ook onder; terzake gelden de bepalingen van deze in uitzicht gestelde wet.

De wet van 2 augustus 2002 betreffende de misleidende en vergelijkende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand gesloten overeenkomsten inzake de vrije beroepen heeft model gestaan voor de definities van de misleidende en de vergelijkende reclame.

Aangezien het hier gaat om reclame voor ingrepen die een onderdeel zijn van een medische activiteit en niet van een economische activiteit, zijn de definities aangepast aan de specifieke aard van die activiteiten.

De persoonlijke reclame omvat wat louter onder informatieve reclame valt, met uitzondering van alles wat tot de zogenaamde agressief wervende reclame of ronselreclame zou kunnen behoren. Die persoonlijke reclame moet de beoefenaars de mogelijkheid bieden

sur leurs qualifications ainsi que sur les actes esthétiques qu'ils posent, dans le cadre de leur activité professionnelle.

Les interventions à visée esthétique visées par la présente proposition sont tous les actes relevant de la médecine en général, ou plus particulièrement de la chirurgie, qui modifient l'apparence corporelle d'une personne.

Art. 3

Cet article concerne le champ d'application.

La présente proposition s'applique à tous les praticiens relevant de l'art médical, qui portent un titre professionnel visé par l'arrêté royal du 25 novembre 1991 établissant la liste des titres professionnels particuliers réservés aux praticiens de l'art médical, en ce compris l'art dentaire.

Sont donc notamment visés par le présent texte les médecins généralistes, les médecins spécialistes en dermato-vénérologie, les médecins spécialistes en chirurgie plastique, reconstructrice et esthétique, ainsi que les chirurgiens et autres spécialistes qui pratiquent de la chirurgie (ORL, stomatologie...).

Sont également visés les autres praticiens de l'art médical qui portent un des titres visés par l'arrêté royal du 25 novembre 1991 précité, lorsque ces derniers posent des actes esthétiques dans le cadre de leur activité médicale.

Les dispositions envisagées s'appliquent donc à tout praticien de l'art médical qui a pour activité, principale ou accessoire, de poser des interventions à visée esthétique.

Ce texte s'applique également aux praticiens de l'art dentaire, lorsqu'ils effectuent des soins dentaires esthétiques.

Enfin, sont également visés tous les établissements qui font appel aux services de praticiens de l'art médical ou de l'art dentaire pour réaliser des interventions à visée esthétique, quelle que soit leur forme ou leur dénomination.

Les cliniques et centres esthétiques font donc partie de ces établissements tenus de respecter les présentes dispositions. Ainsi, toute installation, généralement quelconque, qui s'occupe d'interventions à visée esthétique est visée par la présente loi.

de mensen in te lichten over hun kwalificaties en over de cosmetische ingrepen die ze in het kader van hun beroepsactiviteit uitvoeren.

De ingrepen met cosmetische doeleinden die zijn bedoeld in dit wetsvoorstel zijn alle handelingen die een onderdeel zijn van de geneeskunde in het algemeen, of meer in het bijzonder van de heelkunde, en die het uiterlijk van een individu wijzigen.

Art. 3

Dit artikel heeft betrekking op het toepassingsgebied.

Dit wetsvoorstel richt zich op alle beoefenaars van de geneeskunde met een beroepstitel als bedoeld in het koninklijk besluit van 25 november 1991 houdende de lijst van bijzondere beroepstitels voorbehouden aan de beoefenaars van de geneeskunde, met inbegrip van de tandheelkunde.

Deze tekst heeft dus onder meer betrekking op de huisartsen, de specialisten in de dermatologie en de venerologie, de specialisten in de plastische, reconstructieve en cosmetische heelkunde, alsmede de chirurg en andere specialisten die de chirurgie beoefenen (NKO, stomatologie enzovoort).

Wat hier wordt voorgesteld heeft ook betrekking op de andere beoefenaars van de geneeskunde die houder zijn van een van de titels als bedoeld in het voormelde koninklijk besluit van 25 november 1991, indien ze in het kader van hun beroepsactiviteit cosmetische ingrepen uitvoeren.

De voorgestelde bepalingen gelden dus voor elke beoefenaar van de geneeskunde wiens activiteit erin bestaat (in hoofd- of in bijberoep) ingrepen met cosmetische doeleinden uit te voeren.

Deze tekst is voorts van toepassing op de beoefenaars van de tandheelkunde als ze aan cosmetische tandverzorging doen.

Tot slot zijn ook de instellingen die een beroep doen op de beoefenaars van de geneeskunde of van de tandheelkunde om ingrepen met cosmetische doeleinden uit te voeren, onderworpen aan deze tekst, ongeacht de vorm of de benaming van die instellingen.

De klinieken en centra waar aan cosmetiek wordt gedaan, zijn dus instellingen die de bepalingen van deze in uitzicht gestelde wet in acht moeten nemen. Zodoende valt om het even welke inrichting waar ingrepen met cosmetische doeleinden worden uitgevoerd onder de gelding van deze tekst.

Art. 4

Cet article concerne la publicité.

La présente loi pose le principe de l'interdiction de toute publicité portant sur les interventions à visée esthétique.

Une exception est cependant prévue. La publicité personnelle est autorisée. Cette publicité doit toutefois répondre à plusieurs conditions.

L'information issue de cette publicité personnelle doit être conforme à la réalité, objective, pertinente, vérifiable, discrète et claire. Cette condition est issue du Code de déontologie médicale (article 13).

Cette information ne peut pas être trompeuse et ne peut pas être comparative. La publicité trompeuse et comparative est définie à l'article 2, 2° et 3°.

Celle-ci ne peut utiliser d'arguments financiers. Par conséquent, les promotions sont interdites.

Les résultats d'examens et de traitements ne peuvent pas être utilisés à des fins publicitaires.

Cette disposition est également issue du Code de déontologie médicale (article 13).

Le présent texte interdit donc, notamment, toute publicité personnelle qui ferait l'utilisation de photos «avant-après», qu'elles soient vraies ou fausses.

Enfin, la publicité personnelle devra reprendre obligatoirement la formation suivie, et le titre sous lequel le praticien est inscrit à l'Ordre des médecins. Lorsqu'elle porte sur un ou plusieurs actes esthétiques déterminés, la publicité personnelle devra mentionner, au minimum, les mentions suivantes: les contre-indications éventuelles pour les interventions réalisées par le praticien, les effets secondaires liés à ces interventions à visée esthétique, les conditions de réalisation des interventions, les risques inhérents, les soins de suivi et les alternatives éventuelles.

Art. 4

In dit artikel gaat het over de reclame.

Deze in uitzicht gestelde wet stelt als beginsel dat elke reclame voor ingrepen met cosmetische doeleinden verboden is.

Er is echter één uitzondering, met name de persoonlijke reclame, maar die moet wel aan verscheidene voorwaarden voldoen.

De informatie welke in die persoonlijke reclame wordt verstrekt, moet waarheidsgetrouw, objectief, relevant, discreet en duidelijk zijn; die voorwaarden zijn overgenomen van de Code van geneeskundige plichtenleer (artikel 13).

Die informatie mag misleidend noch vergelijkend zijn. Misleidende en vergelijkende reclame wordt omschreven in artikel 2, 2° en 3°.

Ze mag geen gebruik maken van financiële argumenten. Promoties zijn dus verboden.

Resultaten van onderzoeken en behandelingen mogen niet worden gebruikt voor reclamedoeleinden; ook die voorwaarde komt uit de Code van geneeskundige plichtenleer (artikel 13).

De hier voorgestelde tekst verbiedt dus onder meer elke persoonlijke reclame die gebruik zou maken van foto's «voor en na», ongeacht of ze echt of vals zijn.

Tot slot zullen de gevolgde opleiding en de titel waaronder de beoefenaar bij de Orde der Geneesheren is ingeschreven in de persoonlijke reclame moeten worden vermeld. Als de persoonlijke reclame op een of meer welbepaalde cosmetische ingrepen betrekking heeft, moet die op zijn minst de volgende vermeldingen bevatten: de eventuele contra-indicaties voor de door de beoefenaar uitgevoerde ingrepen, de nevenwerkingen waarmee die ingrepen met cosmetische doeleinden gepaard gaan, de omstandigheden waarin die ingrepen worden uitgevoerd, de risico's die eraan verbonden zijn, de nabehandeling en de eventuele alternatieven.

Art. 5

Cet article concerne les peines applicables. Des dispositions pénales sont prévues en cas de non-respect de l'article 4 de la présente proposition.

Dominique TILMANS (MR)
Muriel GERKENS (ECOLO)
Véronique SALVI (cdH)
Yolande AVONTROODT (VLD)
Daniel BACQUELAINE (MR)

Art. 5

Dit artikel geeft aan welke straffen van toepassing zijn. Er is voorzien in strafbepalingen ingeval artikel 4 van dit wetsvoorstel niet in acht wordt genomen.

PROPOSITION DE LOI**Article 1^{er}**

La présente loi règle une matière visée à l'article 78 de la Constitution.

Art. 2

Pour l'application de la présente loi, on entend par:

1. publicité: toute forme de communication ou action qui vise, directement ou indirectement, à promouvoir les interventions à visée esthétique, quels que soient l'endroit, le support ou les techniques utilisés;

2. publicité trompeuse: toute forme de communication ou action qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur, est susceptible d'affecter leur comportement ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un praticien de l'art médical ou dentaire;

3. publicité comparative: toute forme de communication ou action qui, explicitement ou implicitement, identifie un autre praticien de l'art médical ou dentaire ou encore un service offert par un tel praticien;

4. publicité personnelle: toute forme de communication ou action qui vise, directement ou indirectement, quels que soient l'endroit, le support ou les techniques utilisés, à faire connaître son auteur ou à donner une information sur la nature ou la qualité de sa pratique professionnelle;

5. intervention à visée esthétique: intervention médicale et/ou chirurgicale consistant à modifier l'apparence physique d'un individu.

Art. 3

La présente loi s'applique aux praticiens de l'art médical et de l'art dentaire dont les titres professionnels sont visés par l'arrêté royal du 25 novembre 1991 établissant la liste des titres professionnels particuliers réservés aux praticiens de l'art médical, en ce compris l'art dentaire qui ont pour activité, à titre principal ou accessoire, de poser des interventions à visée

WETSVOORSTEL**Artikel 1**

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 78 van de Grondwet.

Art. 2

Voor de toepassing van deze wet wordt verstaan onder:

1. reclame: iedere vorm van mededeling of handeling die direct of indirect tot doel heeft cosmetische ingrepen te bevorderen, zulks ongeacht de daartoe aangewende plaats, drager of technieken;

2. misleidende reclame: elke vorm van mededeling of handeling die op enigerlei wijze, daaronder begrepen de opmaak ervan, de personen tot wie ze zich richt of die ze aanbelangt misleidt, en door haar misleidende aard hun gedrag kan beïnvloeden, of die daardoor schade toebrengt of kan toebrengen aan een beoefenaar van de geneeskunde of van de tandheeskunde;

3. vergelijkende reclame: elke vorm van mededeling of handeling waarbij een andere beoefenaar van de geneeskunde of de tandheeskunde, dan wel van een door een dergelijke beoefenaar geboden dienstverlening uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd;

4. persoonlijke reclame: elke vorm van mededeling of handeling die er direct of indirect op gericht is, ongeacht de daartoe aangewende plaats, drager of technieken, de betrokkene bekend te maken, dan wel informatie te verstrekken over de aard of de kwaliteit van zijn beroepspraktijk;

5. cosmetische ingreep: een geneeskundige en/of heelkundige ingreep die erin bestaat het lichamelijke uiterlijk van een persoon te wijzigen.

Art. 3

Deze wet is van toepassing op de beoefenaars van de geneeskunde en de tandheeskunde wier beroepstitels worden bedoeld in het koninklijk besluit van 25 november 1991 houdende de lijst van bijzondere beroepstitels voorbehouden aan de beoefenaars van de geneeskunde, met inbegrip van de tandheeskunde, en die hoofdzakelijk of in bijkomende orde cosmetische

esthétique. La présente loi s'applique aux praticiens de l'art dentaire lorsqu'ils effectuent des soins dentaires esthétiques.

La présente loi s'applique également aux établissements, quelles que soient leur forme ou leur dénomination, qui recourent aux services d'un praticien de l'art médical ou dentaire, tel que visé à l'alinéa précédent.

Art. 4

Sans préjudice d'éventuelles dispositions plus restrictives, contenues dans la loi du 2 août 2002 relative à la publicité trompeuse et à la publicité comparative, aux clauses abusives et aux contrats à distance en ce qui concerne les professions libérales, ainsi que dans la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, la publicité relative aux interventions à visée esthétique est réglée comme suit.

La publicité relative aux interventions à visée esthétique est interdite, à l'exception de la publicité personnelle.

L'information diffusée dans le cadre de la publicité personnelle doit être conforme à la réalité, objective, pertinente, vérifiable, discrète et claire.

Cette information ne peut pas être trompeuse, comparative et ne peut utiliser d'arguments financiers.

Les résultats d'examens et de traitements, tels que les photographies prises antérieurement et postérieurement à une intervention à visée esthétique, ne peuvent pas être utilisés à des fins publicitaires.

La publicité personnelle doit toujours mentionner le titre du praticien sous lequel il est inscrit à l'Ordre des médecins, et la formation suivie.

Sans préjudice de l'alinéa précédent, lorsqu'elle porte sur un ou plusieurs actes esthétiques déterminés, la publicité personnelle doit mentionner au minimum:

- les contre-indications éventuelles;
- les effets secondaires liés à l'intervention à visée esthétique;
- les conditions de réalisation de l'intervention;
- les risques inhérents à l'intervention;
- les soins de suivi;
- les alternatives éventuelles à l'intervention.

ingrepen verrichten. Deze wet is ook van toepassing op de beoefenaars van de tandheelkunde indien zij cosmetische tandverzorging uitvoeren.

Deze wet geldt voorts voor de instellingen die, ongeacht de vorm of benaming ervan, een beroep doen op de diensten van een beoefenaar van de geneeskunde of de tandheelkunde, zoals is bedoeld in het vorige lid.

Art. 4

Onverminderd eventuele strengere bepalingen welke zijn vervat in de wet van 2 augustus 2002 betreffende de misleidende en vergelijkende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand gesloten overeenkomsten inzake de vrije beroepen, alsmede in de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, wordt de reclame voor cosmetische ingrepen geregeld als volgt.

Reclame voor cosmetische ingrepen is verboden, met uitzondering van persoonlijke reclame.

De in het kader van persoonlijke reclame verstrekte informatie is waarheidsgetrouw, objectief, relevant, verifieerbaar, discreet en duidelijk.

Die informatie mag niet misleidend of vergelijkend zijn, en mag evenmin financiële argumenten aanwenden.

De resultaten van onderzoeken en behandelingen, zoals foto's die werden genomen vóór en na een cosmetische ingreep, mogen niet voor reclame-doeleinden worden aangewend.

Persoonlijke reclame moet steeds vermelden met welke titel de beoefenaar bij de Orde der Geneesheren is ingeschreven en welke opleiding hij heeft gevolgd.

Wanneer persoonlijke reclame betrekking heeft op één of meer welbepaalde cosmetische ingrepen moet die reclame, onverminderd het vorige lid, tenminste gewag maken van:

- de eventuele contra-indicaties;
- de aan de cosmetische ingreep inherente nevenwerkingen;
- de voorwaarden om de ingreep uit te voeren;
- de aan de ingreep verbonden risico's;
- de bij wijze van nabehandeling toegediende verzorging;
- de eventuele alternatieven voor de ingreep.

Art. 5

Sont punis d'un emprisonnement d'un mois à un an et d'une amende de 250 à 10.000 euros ou d'une de ces peines seulement, ceux qui commettent une infraction à l'article 4.

Le 2 février 2007

Dominique TILMANS (MR)
Muriel GERKENS (ECOLO)
Véronique SALVI (cdH)
Yolande AVONTROODT (VLD)
Daniel BACQUELAINE (MR)

Art. 5

Met gevangenisstraf van een maand tot een jaar en met geldboete van 250 tot 10.000 euro of met een van deze straffen alleen, worden gestraft zij die artikel 4 overtreden.

2 februari 2007

.