

# SÉNAT DE BELGIQUE

---

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2010

---

1<sup>er</sup> SEPTEMBRE 2010

---

## Proposition de loi réglementant la publicité relative aux interventions à visée esthétique

(Déposée par Mme Dominique Tilmans et consorts)

---

### DÉVELOPPEMENTS

---

La présente proposition de loi reprend, moyennant quelques modifications, le texte d'une proposition qui a déjà été déposée au Sénat le 30 mars 2007 (doc. Sénat, n° 3-2382/1 - 2006/2007) ainsi que le 10 septembre 2007 (doc. Sénat, n° 4-177/1 et /2 - SE 2007).

#### 1. Introduction

L'esthétique médicale en général et plus particulièrement la chirurgie esthétique sont 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 l'esthétique médicale en vue de modifier leur apparence.

En 2009, une enquête réalisée par « *Test Achats* » (menée auprès de 1 250 patients âgés de 18 à 65 ans) a révélé qu'en Belgique, 16 % des femmes et 8 % des hommes ont fait appel à la chirurgie esthétique (1).

En France, on estime globalement qu'il y a entre 150 000 et 200 000 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 et des spécialistes qualifiés travaillant dans les règles de l'art.

---

(1) *Test Santé*, « Chirurgie et traitements esthétiques », édition 92, *Test Achats*, août 2009.

# BELGISCHE SENAAAT

---

BUITENGEWONE ZITTING 2010

---

1 SEPTEMBER 2010

---

## Wetsvoorstel tot regeling van de reclame voor cosmetische ingrepen

(Ingediend door mevrouw Dominique Tilmans c.s.)

---

### TOELICHTING

---

Dit wetsvoorstel neemt, met enkele wijzigingen, de tekst over van een voorstel dat reeds op 30 maart 2007 in de Senaat werd ingediend (stuk Senaat, nr. 3-2382/1 - 2006/2007) en op 10 september 2007 (stuk Senaat, nr. 4-177/1 en /2 - SE 2007).

#### 1. Inleiding

Medische 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 medische cosmetiek om hun uiterlijk te veranderen, beïnvloed als ze zijn door de lichaams-cultus, de door de mode opgelegde standaarden en de angst om bij het verouderen af te takelen.

In 2009 toonde een enquête van « *Test-Aankoop* » aan (bij 1 250 patiënten tussen 18 en 65 jaar) dat in België 16 % van de vrouwen en 8 % van de mannen een beroep deden op cosmetische chirurgie (1).

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.

---

(1) *Test Gezondheid*, « Plastische chirurgie », editie 92, *Test-Aankoop*, augustus 2009.

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 potentielles. 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 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 installations extrahospitalières utilisent ce média pour faire leur publicité. Certains, le font sobrement juste 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 vantant leurs mérites et ceux de leurs activités avec des photos «avant-après». Certains proposent même des promotions mensuelles ou des ristournes à l'occasion des anniversaires de leurs patients.

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

## 2. Belgique : contexte légal et réglementaire

En 2005, la loi sur les médicaments 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 la publicité racoleuse et nous sommes face à un vide juridique.

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, le code prévoit 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

Ingrepens 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 commerciële en financiële bedoelingen, wat leidt tot misbruik van wat eigenlijk toch een informatiekanaal is. Het aantal websites van beoefenaars en wellnessklinieken neemt hand over hand toe. Zij geven hoog op 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 de verjaardag van de patiënt.

De reclame beïnvloedt het gedrag van de consument. Wij vinden dat reclame aanvaardbaar en zelfs wenselijk is, als de boodschap maar informatief blijft. Ronselreclame is echter onaanvaardbaar.

## 2. België : de vigerende wetten en voorschriften

In 2005 kwam er een wijziging van de geneesmiddelenwet. 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 over ronselreclame. 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 onderzoek-

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, entêtes 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 l'information qui est autorisée et la publicité de rabattage ou racoleuse qui est interdite. D'autre part, le code interdit l'utilisation des 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<sup>er</sup> octobre 2005 relatif à la gestion de 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.

### 3. 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.

ken 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 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.

### 3. Frankrijk : reclameverbod

In 2002 is in Frankrijk een wetgeving aangenomen met specifieke voorschriften aangaande de instellingen 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 instellingen 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.

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 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.»

À propos du renouvellement de l'autorisation des installations extrahospitalières, l'article R6322-8 stipule qu'une décision de refus de renouvellement d'autorisation peut-être prise «Lorsqu'il a été constaté une publicité directe ou indirecte sous quelque forme que ce soit en faveur de l'activité de chirurgie esthétique réalisée par le titulaire de l'autorisation».

#### 4. 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<sup>er</sup> octobre 2005 du Conseil national. Ainsi, l'évolution de la déontologie a été respectée.

La présente proposition 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 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. Enfin, toute personne généralement quelconque qui fait de la publicité relative à des interventions à visée esthétique est également visée.

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». 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 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.»

In verband met het vernieuwen van de vergunning van de instellingen buiten de ziekenhuizen bepaalt artikel R6322-8 dat het vernieuwen van een vergunning kan worden geweigerd «Lorsqu'il a été constaté une publicité directe ou indirecte sous quelque forme que ce soit en faveur de l'activité de chirurgie esthétique réalisée par le titulaire de l'autorisation».

#### 4. 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 en wanneer zij als hoofd- of nevenactiviteit ingrepen van cosmetische aard verrichten. Zodoende zou die tekst zowel op de huisartsen als op de specialisten betrekking hebben. De indieners nemen ook het geval van de door niet-artsen geëxploiteerde instellingen in aanmerking. Ten slotte is dit ook van toepassing op iedereen die reclame maakt voor cosmetische ingrepen.

En matière d'esthétique, les auteurs prévoient un champ d'application assez large. Ils utilisent le terme « intervention d'esthétique médicale » qui se définit comme intervention médicale et/ou chirurgicale consistant à modifier l'apparence corporelle d'une personne, à sa demande, pour des raisons esthétiques, sans but thérapeutique ni reconstructeur. Les injections diverses ainsi que le laser classe IV et IPP sont également visés.

Les auteurs préconisent l'interdiction de la publicité en matière d'esthétique médicale. Ce principe est assorti d'une exception, l'information personnelle étant autorisée. On vise par cette dernière l'information qui permet à un praticien de se faire connaître et de donner un minimum de renseignements sur ses activités. En permettant uniquement ce type d'information, nous atteignons notre objectif, interdire la publicité racoleuse et de rabattage. Ces principes sont notamment inspirés du Code de déontologie médicale.

Cette interdiction de la publicité en matière d'esthétique médicale ne peut être raisonnablement considérée comme une atteinte au principe de la libre concurrence consacrée à l'article 101 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (ancien article 81 du Traité instituant la Communauté européenne) ni comme une mesure susceptible de mettre en péril la réalisation des buts du Traité.

En effet, dans un arrêt du 13 mars 2008 (2), la Cour de justice des Communautés européennes a estimé que l'article 81 du Traité instituant la Communauté européenne (CE) ne s'opposait pas à une législation nationale qui interdit à quiconque et à des prestataires de soins dentaires, dans le cadre d'une profession libérale ou d'un cabinet dentaire, de se livrer à quelque publicité que ce soit dans le domaine des soins dentaires (1). Selon elle, il y a violation des articles 10 CE et 81 CE lorsqu'un État membre soit impose ou favorise la conclusion d'ententes contraires à l'article 81 CE ou renforce les effets de telles ententes, soit retire à sa propre réglementation son caractère étatique en déléguant à des opérateurs privés la responsabilité de prendre des décisions d'intervention d'intérêt économique. Ce qui n'était pas le cas, d'après la cour, de la législation attaquée.

D'autre part, lorsque l'information 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, ...

Wat de cosmetiek betreft, voorzien de indieners in een vrij ruim toepassingsgebied. Ze hanteren het begrip « ingreep van medische cosmetiek », dat wordt omschreven als een medische en/of chirurgische ingreep die erin bestaat het uiterlijk van een individu, op diens vraag, te wijzigen om cosmetische redenen zonder therapeutisch of reconstructief doel. Dit behelst ook de verschillende inspuitingen, laser klasse IV en IPL.

De indieners stellen voor reclame voor ingrepen van medische cosmetiek te verbieden. Dat principe gaat evenwel gepaard met één uitzondering, want persoonlijke reclame zou worden toegestaan. Daarmee wordt de informatie beoogd, die een beoefenaar de mogelijkheid biedt zich bekend te maken en een minimum aan informatie te verstrekken over zijn activiteiten. Door alleen dat soort informatie toe te staan, halen de indieners de doelstelling die erin bestaat agressieve wervende reclame of ronselreclame te verbieden. Voor die principes heeft onder meer de Code van geneeskundige plichtenleer model gestaan.

Dat verbod op reclame voor medische cosmetiek kan redelijkerwijs niet gezien worden als een overtreding van het beginsel van de vrije mededinging als bepaald in artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (vroeger artikel 81 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap) noch als een maatregel die de verwezenlijking van de doelstellingen van dit Verdrag in gevaar kan brengen.

In een arrest van 13 maart 2008 (2), bepaalt het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen immers dat artikel 81 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap (EC) niet strijdig is met een nationale wetgeving die eenieder en verstrekkers van tandzorg verbiedt om binnen een vrij beroep of een tandartspraktijk enige vorm van reclame te maken (1). Volgens het Hof is er sprake van een schending van de artikelen 10 EC en 81 EC wanneer een lidstaat ofwel het maken van afspraken oplegt of begunstigt die strijdig zijn met artikel 81 EC of de gevolgen van dergelijke afspraken versterkt, ofwel het staatskarakter ontnemt van zijn eigen wetgeving door de verantwoordelijkheid om beslissingen te nemen die het economisch belang behartigen, af te wentelen op privé-operatoren. Dat was, volgens het Hof, niet het geval voor de betwiste wetgeving.

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.

(1) CJCE, 13 mars 2008, *Doulamis*, C-446/05.

(1) EHEG, 13 maart 2008, *Doulamis*, C-446/05.

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

### Article 2 — Définitions

La définition de la publicité utilisée à l'article 2, 1<sup>er</sup> tiret, vise toute publicité ayant pour objectif de promouvoir les actes d'esthétique médicale, diffusée par tous les moyens d'information, Internet compris. Les hyperliens et bannières des sites Internet ainsi que les émissions de télé-réalité 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.

L'information personnelle exclut tout ce qui pourrait relever de la « publicité de rabattage ou de la publicité dite racoleuse ». Cette information personnelle doit permettre aux praticiens d'informer les personnes sur leurs qualifications ainsi que sur les actes esthétiques qu'ils posent dans le cadre de leur activité professionnelle.

Les actes d'esthétique médicale visés par la présente loi sont tous les actes relevant de la médecine en général, ou plus particulièrement de la chirurgie, visant à modifier l'apparence corporelle d'une personne, à sa demande, pour des raisons esthétiques, sans but thérapeutique ni reconstructeur. Les injections diverses ainsi que les lasers classe IV et IPL sont également concernés.

### Article 3 — Champ d'application

La présente loi 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 visés par la présente loi les praticiens de l'art médical qui portent un des titres visés par l'arrêté royal du 25 novembre 1991 lorsque ces derniers posent des actes esthétiques dans le cadre de leur activité

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.

## ARTIKELSGEWIJZE TOELICHTING

### Artikel 2 — Definities

Met de reclame waarvan sprake is in artikel 2, eerste streepje, wordt elke reclame bedoeld die tot doel heeft ingrepen van medische cosmetiek 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, evenals de uitzendingen van reality-tv; 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.

Persoonlijke informatie sluit alles uit wat tot « agressief wervende reclame of ronselreclame » zou kunnen behoren. Die persoonlijke informatie moet de beoefenaars de mogelijkheid bieden de mensen in te lichten over hun kwalificaties en over de cosmetische ingrepen die ze in het kader van hun beroepsactiviteit uitvoeren.

Ingrepen van medische cosmetiek die zijn bedoeld in deze in uitzicht gestelde wet 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, op diens vraag, om cosmetische redenen, zonder therapeutisch of reconstructief doel. Dit behelst ook de verschillende inspuitingen, laser klasse IV en IPL.

### Artikel 3 — Toepassingsgebied

Deze in uitzicht gestelde wet is van toepassing 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.

Wat hier wordt voorgesteld heeft ook betrekking op de beoefenaars van de geneeskunde die houder zijn van een van de titels als bedoeld in het koninklijk besluit van 25 november 1991, indien ze in het kader

médicale. La présente loi s'applique donc à tout praticien de l'art médical qui a pour activité principale ou accessoire, de poser des interventions à visée esthétique.

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

Sont également soumis à la présente loi tous les établissements qui font appel aux services de praticiens de l'art médical ou de l'art dentaire pour réaliser des actes d'esthétique médicale quelle que soit leur forme ou leur dénomination.

Les installations extrahospitalières esthétiques font donc partie de ces établissements tenus de respecter les présentes dispositions. Ainsi, toute installation généralement quelconque dans laquelle sont réalisés des actes d'esthétique médicale est visée par la présente loi.

Enfin, la proposition de loi s'applique aussi à toute personne physique ou morale qui fait de la publicité relative à des actes d'esthétique médicale.

#### Article 4 — La publicité

La présente loi pose le principe de l'interdiction de toute publicité portant sur les actes d'esthétique médicale.

Une exception est cependant prévue. L'information personnelle est autorisée. Elle doit toutefois répondre à plusieurs conditions.

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

Cette information ne peut pas être trompeuse et ne peut pas être comparative. L'information trompeuse et comparative est définie à l'article 2, 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> tirets.

L'information 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). La présente loi interdit donc notamment toute information personnelle qui ferait l'utilisation de photos « avant-après » qu'elles soient vraies ou fausses.

Enfin, l'information personnelle devra reprendre obligatoirement le titre et les qualifications reconnues officiellement sous lesquelles le praticien est inscrit à l'Ordre des médecins. Quand l'information personnelle

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 wet 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 van medische cosmetiek uit te voeren, onderworpen aan deze wet, ongeacht de vorm of de benaming van die instellingen.

De cosmetische instellingen buiten het ziekenhuis zijn dus instellingen die de bepalingen van deze in uitzicht gestelde wet in acht moeten nemen. Zodoende valt om het even welke instelling waar ingrepen van medische cosmetiek worden uitgevoerd onder de gelding van deze wet.

Ten slotte geldt dit wetsvoorstel voor elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die reclame maakt voor ingrepen van medische cosmetiek.

#### Artikel 4 — De reclame

Deze in uitzicht gestelde wet stelt als beginsel dat elke reclame voor ingrepen van medische cosmetiek verboden is.

Er is echter een uitzondering. Persoonlijke informatie is toegestaan. Die moet echter aan meerdere voorwaarden voldoen.

De verstrekte informatie dient waarheidsgetrouw, objectief, relevant, verifieerbaar, discreet en duidelijk te zijn. Die voorwaarden zijn overgenomen van artikel 13 van de Code van geneeskundige plichtenleer.

Die informatie mag misleidend noch vergelijkend zijn. Misleidende en vergelijkende reclame wordt omschreven in artikel 2, tweede en derde streepje.

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

Resultaten van onderzoeken en behandelingen mogen niet voor publicitaire doeleinden worden aangewend. Ook die voorwaarde komt uit de Code van geneeskundige plichtenleer (artikel 13). De hier voorgestelde tekst verbiedt dus onder meer elke persoonlijke informatie die gebruik zou maken van foto's « voor en na », ongeacht of ze echt of vals zijn.

Tot slot zullen de officieel erkende opleiding en de titel waaronder de beoefenaar bij de Orde der Geneesheren is ingeschreven, in de persoonlijke informatie moeten worden vermeld. Wanneer de persoon-

est réalisée dans le cadre d'un établissement qui recourt aux services de praticiens de l'art médical ou dentaire, le nom du praticien qui réalise l'intervention esthétique doit être mentionné.

### Article 5 — Les peines applicables

Des dispositions pénales sont prévues en cas de non-respect de l'article 4 de la présente législation.

Dominique TILMANS.  
Dirk CLAES.  
Marleen TEMMERMAN.  
Nele LIJNEN.  
Cécile THIBAUT.  
André du BUS de WARNAFFE.  
Freya PIRYNS.  
Jacques BROTCHI.  
Sabine de BETHUNE.

\*  
\* \*

### PROPOSITION DE LOI

#### Article 1<sup>er</sup>

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 :

— publicité : toute forme de communication ou action qui vise, directement ou indirectement, à promouvoir les actes d'esthétique médicale, quels que soient l'endroit, le support ou les techniques utilisés, y compris la télé-réalité;

— 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;

— publicité comparative : toute forme de communication ou action qui, explicitement ou implicitement,

lijke informatie wordt verstrekt in het kader van een instelling die een beroep doet op de diensten van beoefenaars van de geneeskunde of de tandheelkunde, moet de naam van de beoefenaar die de cosmetische ingreep uitvoert, worden vermeld.

### Artikel 5 — De straffen

Er is voorzien in strafbepalingen indien artikel 4 van dit wetsvoorstel niet in acht wordt genomen.

\*  
\* \*

### 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 :

— reclame : iedere vorm van mededeling of handeling die direct of indirect tot doel heeft ingrepen van medische cosmetiek te bevorderen, zulks ongeacht de daartoe aangewende plaats, drager of technieken, reality-tv meegerekend;

— 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 tandheelkunde;

— vergelijkende reclame : elke vorm van mededeling of handeling waarbij een andere beoefenaar van



identifie un autre praticien de l'art médical ou dentaire ou encore un service offert par un tel praticien;

— information 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;

— actes d'esthétique médicale: tout acte médical (chirurgical ou non) visant à modifier l'apparence corporelle d'une personne, à sa demande, pour des raisons esthétiques, sans but thérapeutique ni reconstructeur. Les injections diverses ainsi que les lasers classe IV et IPL sont également concernés;

— émission de télé-réalité: genre télévisuel dont le principe est de suivre, le plus souvent sur le mode du feuilleton, la vie quotidienne d'anonymes ou de célébrités.

#### 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 actes d'esthétique médicale;

— aux installations, 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;

— à toute personne physique ou morale qui fait de la publicité telle que définie à l'article 2.

#### Art. 4

La publicité relative aux interventions d'esthétique médicale est interdite à l'exception de l'information personnelle.

L'information 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'exams et de traitements telles que les photographies prises antérieurement et postérieu-

de geneeskunde of de tandheelkunde, dan wel van een door een dergelijke beoefenaar geboden dienstverlening expliciet of impliciet wordt genoemd;

— persoonlijke informatie: 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;

— ingrepen van medische cosmetiek: elke medische (al dan niet chirurgische) ingreep om iemands uiterlijk op diens vraag te veranderen om cosmetische redenen, zonder therapeutisch of reconstructief doel. Dit behelst ook de verschillende inspuitingen, laser klasse IV en IPL.

— reality-tv-uitzending: televisiegenre waarbij meestal in de vorm van een soap het dagelijkse leven van onbekende of bekende personen wordt gevolgd.

#### Art. 3

Deze wet is van toepassing op :

— de beoefenaars van de geneeskunde en de tandheelkunde 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 tandheelkunde, en die hoofdzakelijk of in bijkomende orde ingrepen van medische cosmetiek verrichten;

— de instellingen die, ongeacht de vorm of benaming ervan, een beroep doen op de diensten van een beoefenaar van de geneeskunde of de tandheelkunde, als bedoeld in het vorige lid.

— alle natuurlijke of rechtspersonen die reclame maken zoals gedefinieerd in artikel 2.

#### Art. 4

Reclame voor ingrepen van medische cosmetiek is verboden, met uitzondering van persoonlijke informatie.

De persoonlijke informatie dient waarheidsgetrouw, objectief, relevant, verifieerbaar, discreet en duidelijk te zijn.

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

rement à une intervention à visée esthétique ne peuvent pas être utilisés à des fins publicitaires.

L'information personnelle mentionne toujours le titre du praticien, sous lequel il est inscrit à l'Ordre des médecins, ainsi que ses qualifications reconnues officiellement. Lorsque l'information personnelle est réalisée dans le cadre d'une installation qui recourt aux services de praticiens de l'art médical ou dentaire, le nom du praticien qui réalise l'intervention esthétique doit être mentionné.

Sans préjudice de l'alinéa 5, lorsqu'elle porte sur un ou plusieurs actes esthétiques déterminés, l'information personnelle mentionne 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.

#### Art. 5

Sera puni d'un emprisonnement d'un mois à un an et d'une amende de 250 euros à 10 000 euros ou d'une de ces peines seulement, celui qui commet une infraction visée à l'article 4.

20 juillet 2010.

Dominique TILMANS.  
Dirk CLAES.  
Marleen TEMMERMAN.  
Nele LIJNEN.  
Cécile THIBAUT.  
André du BUS de WARNAFFE.  
Freya PIRYNS.  
Jacques BROTCHE.  
Sabine de BETHUNE.

cosmetische ingreep, mogen niet voor reclamedoel-einden worden aangewend.

Persoonlijke informatie moet steeds vermelden met welke titel de beoefenaar bij de Orde der Geneesheren is ingeschreven en welke officieel erkende opleiding hij heeft gevolgd. Wanneer de persoonlijke informatie wordt verstrekt in het kader van een instelling die een beroep doet op de diensten van beoefenaars van de geneeskunde of de tandheelkunde, moet de naam van de beoefenaar die de cosmetische ingreep uitvoert, worden vermeld.

Wanneer persoonlijke informatie betrekking heeft op één of meer welbepaalde cosmetische ingrepen, moet die informatie, onverminderd het vijfde lid, ten minste 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

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.

20 juli 2010.