Charte de bonnes pratiques des prestataires : mutuelles, assurances, banques

Résumé

Cette charte a pour but d'établir les modalités de partenariats qui peuvent être mises en place entre le CHU de Besançon et des prestataires type mutuelles, assurances, banques, dans le respect du principe de neutralité, de transparence et de concurrence.

Sources juridiques

- Article 107 du traité de l'Union Européenne
- Avis CE du 19 novembre 1987 n° 342940 et CE, 6 novembre 2002 n°234271
- Article 432-14 du Code Pénal

1. Dispositions générales relatives à la publicité

La publicité en faveur d'un tiers par un hôpital ne fait pas en elle-même l'objet d'une interdiction de principe, contrairement au recours à la publicité en faveur d'autres activités notamment de soins.

L'hôpital doit néanmoins autoriser le recours à la publicité dans le respect des textes réglementaires et des principes qui régissent son activité.

Par ailleurs l'hôpital en tant qu'établissement public ayant une mission de service public est soumis au respect du principe de neutralité, notamment commerciale, afin de préserver l'impartialité de l'administration.

Le Conseil d'Etat a précisé les conditions dans lesquelles une collectivité publique pouvait insérer des encarts publicitaires commerciaux dans ses publications au regard du principe de neutralité

« commerciale ». A cette occasion, il a limité cette possibilité d'insertion aux seuls cas où ils pouvaient être regardés comme répondant à un intérêt public ou comme prolongement de l'activité de service public.

En application de cette doctrine, les actions de promotion pour les hôpitaux se limiteraient à des publicités relatives aux activités de types mutuelles, assurance maladie (..) à l'exclusion des médicaments, des matériels médicaux, activité d'hébergement (..).

Des actions publicitaires ayant un intérêt pour le personnel type organismes de prêts pourraient être tolérées.

Pour respecter le droit de la concurrence, l'hôpital ne peut autoriser des tiers à exercer des actions publicitaires qu'à titre onéreux.

Une convention d'occupation du domaine public est suffisante pour toutes actions relatives à la mise en place de stands publicitaires. Ce schéma est exclu pour de la publicité dans les revues éditées par les hôpitaux qui nécessite un marché public de régie publicitaire.

2. Dispositions spécifiques appliquées au CHU de Besançon

Tout organisme mutualiste, assurantiel ou bancaire investi dans le champ de la santé, peut solliciter le CHU de Besançon pour établir un partenariat visant à proposer des prestations ou effectuer la promotion de leurs offres à destination des personnels du CHU.

Ce partenariat devra respecter strictement les règles de neutralité, laïcité et de non-discrimination.

Ce partenariat devra être dûment habilité par une convention bilatérale entre le CHU et l'organisme. Toute collaboration non formalisée ne pourra être autorisée.

Les modalités de collaboration possibles au CHU sont les suivantes :

- participation aux journées d'accueil des professionnels

- stand d'information ponctuel dans la limite de 3 / an

En contrepartie de l'autorisation à effectuer une activité de promotion, l'organisme devra verser au CHU une contribution déterminée en fonction de l'objet de la convention et des modalités de mise en œuvre sur la base de 500 euros / jour.

- action en lien avec la qualité de vie au travail

Le CHU Informera les personnels des stands ou autres actions par tout moyen qu'il définira : site intranet, flash information diffusé avec la feuille de paye (…).

3. Procédure

Pour établir une convention de partenariat il convient de contacter :

La Direction des relations avec les usagers et du secrétariat général (DRUSG) : relationsusagers@chu-besancon.fr.

En précisant de façon détaillée l'objet du partenariat et les modalités pratiques de mise en œuvre.