



© Getty Images/Stockphoto / Viktoria Kurpas

ORGANISATION

COMMUNICATION

MANAGEMENT

GESTION

Signalétique: les bonnes pratiques

PAR SONIA BELLI

SI SA FONCTION PREMIÈRE EST D'ORIENTER LES PATIENTS, LA SIGNALÉTIQUE EST AUSSI UN ÉLÉMENT CLÉ DE COMMUNICATION VISUELLE QUI RENFORCE LA PRÉSENCE ET L'IDENTITÉ DE VOTRE CABINET DENTAIRE.

La signalétique en cabinet dentaire embrasse une multitude de formats et de supports: plaque professionnelle à l'entrée du bâtiment ou à la porte du cabinet, vitrophanie, marquage au sol ou au mur, pancartes, stickers... Elle sert essentiellement à informer et orienter les patients à l'extérieur comme à l'intérieur des lieux. Elle marque la localisation du cabinet et indique où se trouve l'accueil, les différentes zones de soin, les pièces interdites, aussi bien qu'elle décline les règles à respecter sur place en matière d'hygiène ou de comportement. Outre ces fonctions, la signalétique est aussi un outil de →



« Les effets d'une signalétique ratée peuvent être particulièrement délétères. »

Rodolphe Cochet

communication pour le praticien. Elle rassemble en effet tous les éléments qui vont participer à construire l'identité visuelle du cabinet dentaire. Mais pour être efficace, elle doit répondre à des bonnes pratiques, encadrées par une réglementation précise.

Quel cadre légal ?

Selon l'article R.4127-215-1-I du Code de la santé publique, « le chirurgien-dentiste est libre de communiquer au public, par tout moyen, y compris sur un site internet, des informations de nature à contribuer au libre choix du praticien par le patient, relatives notamment à ses compétences et pratiques professionnelles, à son parcours professionnel et aux conditions de son exercice ». Toutefois, la profession de chirurgien-dentiste ne devant « pas être pratiquée comme un commerce », tous procédés directs ou indirects de publicité sont rigoureusement interdits. L'aménagement du local ou la signalisation ne doivent pas donner une apparence commerciale à l'exercice.

Si les règles applicables aux chirurgiens-dentistes en matière de communication professionnelle sont strictes, un décret du 22 décembre 2020 est venu les assouplir, modifiant les

dispositions du code de déontologie. Mission a ensuite été confiée au Conseil national de l'ordre d'émettre des recommandations pour en préciser les modalités. Celles-ci ont été adoptées en session le 6 mai dernier.

Ainsi, une plaque peut être apposée à l'entrée de l'immeuble et une autre à la porte du cabinet dentaire, aux dimensions maximales autorisées de 30 x 25 cm. Lorsque la disposition des lieux l'impose, une signalisation intermédiaire peut être prévue. Ces indications doivent être présentées avec discrétion. Les plaques et la signalisation intermédiaire doivent apparaître de telle sorte qu'elles n'aient pas pour effet de présenter l'activité du chirurgien-dentiste comme un commerce.

Toute signalétique doit aussi respecter les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, notamment en matière d'environnement, de publicité locale et de copropriété. Le praticien peut solliciter préalablement l'avis de son conseil départemental de l'Ordre lorsque la signalisation intermédiaire (par exemple par fléchage) semble nécessaire pour une bonne orientation des patients, en fonction du contexte local et environnemental. Cette signalétique devra être conforme aux dispositions en vigueur notamment en matière d'environnement, de publicité locale et de copropriété. Enfin, une vitrophanie peut se substituer à la plaque professionnelle si elle comporte les mêmes indications et respecte le cadre réglementaire.

En pratique

Vous l'aurez compris, la mise en place de la signalétique débute à l'extérieur du cabinet, avec une plaque professionnelle, apposée sur le bâtiment et/ou sur la porte, et un guidage intermédiaire si besoin. Vos noms et prénoms, votre qualité, votre spécialité, les jours et heures de consultation ainsi qu'un numéro de téléphone doivent impérativement figurer sur votre plaque et vous pouvez également, si vous le souhaitez, ajouter vos diplômes, titres, fonctions et leur lieu d'obtention.

Côté esthétique, si les plaques en laiton restent indémodables, en raison de la noblesse de leur matière, le plexiglas est de plus en plus plébiscité. « Les plaques en plexiglas sont assez tendance : elles donnent un effet élégant et moderne. Ce sont les demandes que nous avons le plus en ce moment », confirme Christèle Gennardi, designer et fondatrice de l'agence parisienne Design et Nous. Mais s'il est possible de jouer sur la matière, la typographie ou la couleur, l'usage veut que la

plaque reste sobre, rassurante et professionnelle : il s'agit de la vitrine du cabinet et son rôle, en plus de guider vos patients, est d'attirer l'attention de passants qui pourraient vous consulter un jour. Plus flexible en termes de créativité, la vitrophanie peut venir compléter ou remplacer la plaque professionnelle. À l'intérieur du cabinet, la signalétique peut s'exprimer sous des formes variées : peintures de couleurs différenciées selon les pièces, adhésifs, posters, affiches, panneaux, vitrophanie, jeux de lumière pour dessiner des perspectives, vinyle dépoli pour masquer des salles privées... « En amont, comme il n'y a généralement pas de charte graphique pour le cabinet, nous commençons par en créer une, avec un logo et une typographie qui seront utilisés et déclinés dans tout le local. Ensuite, nous faisons en fonction des souhaits et des besoins de chaque client. Ma spécificité est de proposer des projets créatifs plutôt que de faire une signalétique bateau, identique à celle que l'on voit partout », poursuit Christèle Gennardi.

En fonction des outils et dispositifs mis en œuvre, la signalétique servira des usages différents : elle pourra aussi bien indiquer l'emplacement des toilettes qu'orienter et rassurer les patients. « La signalétique sert aussi à éviter que la patientèle s'adresse systématiquement à une personne tierce pour se guider dans le cabinet : c'est un gain de temps pour les personnels qui ne peuvent pas toujours être disponibles pour répondre. Elle aide aussi à diminuer le stress de certains patients qui sont anxieux quand ils se rendent chez le dentiste ou qui n'osent pas demander des informations, tout simplement parce qu'ils sont timides », ajoute Vincent Tirehote de l'agence marketing Praxiskom, spécialisée dans les cabinets dentaires.

L'importance d'une signalétique réussie

Intérieure ou extérieure, la signalétique est un outil d'orientation et de communication indispensable. « Elle fait partie à part entière de l'identité du cabinet dentaire. Si vous avez un logo avec une identité visuelle basée sur un élément en particulier, cela permet d'uniformiser toutes les autres composantes du cabinet, qu'il s'agisse des supports papier, de la plaque professionnelle, du site Web. Avec ces repères, il est beaucoup plus facile pour les patients de s'y retrouver en seul coup d'œil. Il s'agit surtout d'un outil marketing qui met en avant le professionnalisme du cabinet et les rassure sur ce

La signalétique pourra aussi bien indiquer l'emplacement des toilettes qu'orienter et rassurer les patients.

point. Quand vous entrez dans un bâtiment, que vous voyez une plaque avec des informations détaillées et que vous êtes bien guidé jusqu'au cabinet, cela met forcément en avant le professionnalisme. En parallèle, cela permet au dentiste de faire passer certains messages, sur la modernité ou sur l'atmosphère chaleureuse de son cabinet, par exemple », détaille Vincent Tirehote.

Pour Rodolphe Cochet, fondateur de Dental RC, « les effets d'une signalétique ratée peuvent être particulièrement délétères ». L'utilisation « artisanale ou amateuriste d'éléments graphiques ou iconographiques destinés à diriger l'attention du public » est à proscrire. Celui qui est aussi chargé de cours en management et gestion du cabinet dentaire à l'Université (Paris VII, Reims et Évry) recommande de « se mettre à la place d'un patient lambda qui risque d'assimiler une communication perçue comme "ratée" à un manque de moyens matériels et humains du cabinet. De là à extrapoler jusqu'à la qualité globale des soins, il n'y a qu'un pas ! », avertit-il.

Enfin, quel que soit le message que vous souhaitez faire passer au travers de votre signalétique, elle devra aussi respecter des règles de visibilité, de lisibilité et d'accessibilité pour tous, en plus de celles prévues par le Code de la santé publique. Pour atteindre ces trois objectifs, les informations devront notamment être regroupées à des points stratégiques de prise de décision (entrées, sorties, intersections, etc.). Elles devront être lisibles en position assise ou debout, être d'une couleur contrastée et rédigées avec une taille de caractère suffisante. Leur positionnement doit être pensé pour éviter les reflets, contre-jours ou éblouissement liés à l'éclairage. Entre contraintes réglementaires et esthétiques, il est donc conseillé de faire appel à des professionnels qui pourront réaliser une signalétique qui vous ressemble, dans le respect des normes législatives. ●