



POLITIQUE DE COMMUNICATION

Adoptée par le Conseil d'administration
Avril 2023



COLLÈGE
DES MÉDECINS
DU QUÉBEC

Historique des versions

Date	Nature	Instance	Référence
2023-04-03	Recommandation	CG	
2023-04-28	Adoption	CA	CDA-23-36

TABLE DES MATIÈRES

Préambule	5
Objet et portée	5
Publics cibles du Collège.....	5
Personnes visées.....	6
Principes directeurs	6
Transparence et imputabilité.....	6
Ouverture et respect.....	6
Rigueur, objectivité, indépendance et pertinence.....	6
Prise en compte de l'ensemble des parties prenantes.....	6
Rôles et responsabilités	7
La présidence.....	7
Les membres du Conseil d'administration.....	7
Les membres de comités.....	7
La Direction générale.....	7
La Direction des communications et des affaires publiques.....	7
Les autres directions.....	8
Le personnel.....	8
Moyens de communication	8
Communications internes.....	8
Intranet.....	8
Teams.....	9
Communications externes.....	9
Publications.....	9
Site Internet.....	9
Médias sociaux.....	10
Relations médias.....	10
Affaires publiques.....	11
Publicité.....	11
Sondages.....	11
Endossement de campagnes publiques.....	11
La DCAP convient avec la DG de l'endossement public ou de collaborations internes avec toute organisation ou tout partenaire en santé. De leur propre chef, le personnel ainsi que les membres du Conseil d'administration et des comités du Collège devraient prévenir la DCAP de ces initiatives pour qu'elles puissent être soutenues et faire l'objet d'une vigie si certains de ces éléments sont plus sensibles.....	11
Partenariat d'intérêt.....	11

Autres dispositions de la politique	11
Validation d'orientations et de documents auprès du Conseil d'administration	11
Ligne éditoriale.....	12
Règles rédactionnelles	12
Langue des communications	12
Nétiquette.....	13
Communication de la Politique	13
Fréquence de révision de la Politique	13
Annexe I - Règles de gouvernance en matière de communication pour les membres du Conseil d'administration et des comités du Collège.....	14

Préambule

À titre d'ordre professionnel, le Collège des médecins doit maintenir une crédibilité sans taches dans l'espace public et auprès de ses membres. Étant donné son mandat de protection du public, il se doit d'être constant et cohérent dans ses communications, en plus d'entretenir une image de marque qui inspirera confiance.

La présente Politique fixe les objectifs pour y parvenir et encadre par des balises claires l'ensemble des communications du personnel ainsi que des membres du Conseil d'administration et des comités du Collège. Son application relève de la Direction des communications et des affaires publiques (DCAP).

Objet et portée

La Politique vise d'abord à établir un cadre de fonctionnement afin d'orchestrer les différentes actions de communication interne et externe du Collège. Elle contribue également à la réalisation de la mission et de la planification stratégique du Collège.

Plus spécifiquement, la Politique poursuit les objectifs suivants :

- Déterminer les rôles et responsabilités des intervenants en matière de communication;
- Assurer une bonne diffusion de l'information auprès des publics cibles;
- Coordonner les actions de communication et uniformiser leurs messages au sein de l'organisation;
- Préserver la réputation, la légitimité et la crédibilité du Collège quant à ses décisions et actions, qui se veulent justes, impartiales et crédibles.

Publics cibles du Collège

Les publics internes du Collège sont :

- Le personnel;
- Les membres du Conseil d'administration;
- Les membres des divers comités.

Les publics externes et parties prenantes sont :

- Le public;
- Les médecins membres du Collège;
- Les résidentes et résidents en médecine;
- Les étudiantes et étudiants en médecine;
- Les partenaires du réseau de la santé;
- Les gouvernements fédéral, provincial, locaux ainsi que leurs administrations respectives;
- Les établissements d'enseignement supérieur;
- Les ordres professionnels et autres organismes d'autoréglementation;
- Les associations médicales professionnelles au pays;
- Les fédérations médicales;
- Les réseaux de recherche;
- Les associations et groupes communautaires et de défense d'intérêt;
- Les représentants des médias.

Personnes visées

Cette Politique s'adresse au personnel ainsi qu'aux membres du Conseil d'administration et des comités du Collège, de même qu'à tout porte-parole officiel ou désigné.

Principes directeurs

Toutes les communications produites par le Collège s'alignent sur la mission, la vision et les valeurs de l'organisation, ainsi qu'avec les orientations déterminées lors de sa planification stratégique.

L'ensemble des communications doivent respecter les valeurs du Collège d'engagement, de rigueur, de collaboration, d'intégrité et de respect et reposent sur les principes directeurs suivants.

Transparence et imputabilité

En adéquation avec ses valeurs, le Collège diffuse de l'information claire, vulgarisée et pertinente. Pour toute demande d'information, le Collège s'assure d'y répondre dans les meilleurs délais en partageant les renseignements publics et en respectant les lois et règlements en vigueur. Le Collège produit une information véridique et cohérente avec sa mission et sa vision.

Ouverture et respect

Le Collège est empathique et à l'écoute du public, de ses membres, de son personnel et de ses parties prenantes. Il accueille ouvertement leurs commentaires et y répond avec le plus grand respect. Dans le cadre de ses communications, il veille également à prendre en considération la perception de ses différents publics.

Rigueur, objectivité, indépendance et pertinence

Le Collège se veut digne de la confiance du public, de ses membres, de son personnel et de ses parties prenantes par sa compétence, sa pertinence, son objectivité et son indépendance. En ce sens, les communications du Collège sont réalisées sans influence à la suite d'une analyse de la situation et en prenant en compte l'ensemble des parties prenantes. En tout temps, le Collège communique en tenant compte de la responsabilité sociale qui lui incombe.

Prise en compte de l'ensemble des parties prenantes

Dans le cadre de ses communications, le Collège prend en compte l'ensemble des parties prenantes, à savoir : les acteurs du système professionnel, incluant les ordres professionnels, les organismes gouvernementaux concernés par un sujet, les ministères, notamment le ministère de la Santé et des Services sociaux, l'Office des professions, le public, les membres de la profession ainsi que les candidates et candidats à l'exercice.

Rôles et responsabilités

La présidence

- Agit à titre de principal représentant et de porte-parole officiel du Collège. Il peut désigner une autre personne pour agir comme porte-parole de l'ordre sur un sujet particulier;
- Communique avec le public, les parties prenantes et les médias, au nom du Collège;
- Transmet les informations de nature stratégique ou d'orientation que l'organisation, incluant les membres de son Conseil d'administration et son personnel, souhaite communiquer à ses divers publics;
- Représente le Conseil d'administration auprès d'organismes externes afin de faire connaître les orientations et les décisions du Conseil ou de commenter des sujets qui relèvent de la compétence du Conseil, ou qui sont en lien avec sa mission de protection du public.

Les membres du Conseil d'administration

- Prennent connaissance et respectent la Politique ainsi que les règles de gouvernance en matière de communication (annexe 1);
- Prennent part, dans le respect des règles de gouvernance prévues à la Politique, à différentes activités de communication publiques ou privées organisées par le Collège (événements, colloques, rencontre média, breffage, etc.);
- Informent la DCAP ou la présidence de toute situation susceptible de générer une demande des médias, qui concerne directement le Collège ou qui pourrait affecter sa réputation;
- Agissent à titre de porte-parole à la demande de la présidence du Conseil d'administration.

Les membres de comités

- Prennent connaissance et respectent la Politique ainsi que les règles de gouvernance en matière de communication qui sont liées à leur fonction (annexe 1);
- Informent la DCAP et la présidence du comité lorsqu'ils sont interpellés par un journaliste pour s'exprimer sur un sujet relié au mandat du comité.

La Direction générale

- Agit à titre de porte-parole du Collège relativement aux sujets de nature administrative ou tout autre sujet pour lequel elle a été autorisée;
- Veille à ce que la communication soit perçue comme une activité de gestion prioritaire pleinement intégrée à la culture organisationnelle.

La Direction des communications et des affaires publiques

- Applique la Politique et veille à son respect;
- Tient un rôle-conseil en matière de communications et d'affaires publiques auprès de la présidence, de la Direction générale (DG) et des autres directions;
- Coordonne la planification, le développement et la mise en œuvre de stratégies de communication interne et externe, ainsi que de plans d'affaires publiques favorisant une communication efficace avec l'ensemble des publics cibles de l'ordre;

- Crée un environnement favorable au partage d'information et offre les moyens appropriés pour le faire;
- Coordonne les relations entre le Collège et les médias;
- Est responsable de la gestion de l'image de marque et du positionnement du Collège, conformément au *Guide des normes graphiques du Collège des médecins du Québec*;
- Révise et approuve avant diffusion toute communication destinée au grand public ou à ses membres;
- Est responsable du site Internet et de l'Intranet du Collège;
- Organise les événements publics et corporatifs du Collège;
- Séquence les envois aux membres afin d'assurer une cohérence et une fréquence optimale de communication;
- Effectue une vigie médiatique et une surveillance des médias sociaux.

Les autres directions

- Prennent connaissance et respectent la Politique;
- Collaborent avec la DCAP pour toute initiative de communication en vérifiant et validant les informations reliées à leur secteur d'activités;
- Informent la DCAP de toute demande provenant d'un média, ou de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou d'affecter la réputation du Collège;

Le personnel

- Prend connaissance et respecte la Politique;
- Veille à transmettre une information claire, transparente, véridique et vérifiée à la DCAP ainsi qu'aux membres, s'il est appelé à communiquer directement avec eux;
- Se tient informé des décisions et activités du Collège en consultant les différents outils de communication (site Internet, Intranet, etc.);
- Informe la DCAP de toute demande provenant d'un média, ou de toute situation susceptible de générer une demande de la part des médias ou d'affecter la réputation du Collège;
- Consulte la DCAP concernant tout projet de diffusion ou de promotion auquel il prendrait part.

Moyens de communication

Communications internes

C'est la DCAP qui produit, avec les directions, l'ensemble des outils de communication interne du Collège et qui coordonne la diffusion des contenus de l'Intranet. Les communications internes contribuent à bien informer le personnel et à le mobiliser pour que le Collège soit agile et performant, porté par du personnel dédié.

Intranet

La DCAP diffuse toutes les informations pertinentes au personnel du Collège via l'Intranet. On y retrouve notamment des documents corporatifs utiles à l'ensemble du personnel (gabarits, normes, etc.), l'ensemble des politiques administratives, les messages corporatifs du directeur général et un fil d'échanges sociaux interne.

Teams

Le personnel du Collège a également accès à la plateforme de collaboration Teams pour échanger, partager des documents de travail et planifier des rencontres à l'interne ou avec des partenaires externes.

Communications externes

Publications

1. Info Collège

Info Collège est le bulletin d'information électronique transmis hebdomadairement aux membres du Collège. Cette infolettre diffuse les positionnements de l'organisation et traite de sujets d'actualité en lien avec le Collège et la pratique professionnelle de la médecine.

2. Actualité M.D.

Actualité M.D. est le webmagazine d'information officielle du Collège. Il est publié semestriellement et s'adresse aux membres, au public, aux parties prenantes et aux médias. Il propose un espace pour réfléchir aux grands défis à venir en santé et donne la parole à des médecins inspirants.

3. Infolettres ciblées

Le Collège transmet aussi aux membres et aux partenaires ciblés des infolettres sur des sujets variés et spécifiques lorsque nécessaire.

4. Fiches et guides

Le Collège produit également des fiches et des guides qui sont transmis aux membres et qui portent sur des sujets spécifiques à leur pratique.

5. Autres publications

Le Collège dispose d'autres publications, telles que celles liées à la pratique médicale (normes, lois et règlements, guides de pratique, lignes directrices), à la reddition de comptes (rapports annuels), à la conservation d'informations historiques (livre sur le 175^e du Collège) et à la présentation de positions de l'organisation (mémoires, avis et prises de position).

La DCAP contribue à l'idéation, la réalisation, la révision et la diffusion des documents et respecte les dispositions de la Charte de la langue française dans ses communications avec le public et les membres. La communication du Collège, sous toutes ses formes, se veut neutre et inclusive.

Site Internet

La DCAP gère le [site Internet](#) du Collège et est responsable de son contenu éditorial. Elle apporte son soutien aux directions dans la diffusion de leurs contenus respectifs.

Le site Internet du Collège comporte une section grand public, une destinée aux membres, une autre aux futurs médecins ainsi qu'un espace transactionnel. Les contenus des trois

premières sections sont constamment actualisés par la DCAP, tandis que la Direction des finances et de l'informatique (DFI) voit au bon fonctionnement de la section transactionnelle.

Médias sociaux

La DCAP est responsable de la gestion des différentes plateformes sociales du Collège (page Facebook, comptes Twitter, Instagram et LinkedIn). Cela inclut également les blogues ou les forums de discussion. Le personnel ainsi que les membres du Conseil d'administration et des comités s'engagent à respecter l'ensemble des politiques et directives touchant la communication en vigueur au Collège et qui se retrouvent dans *le Guide des bonnes pratiques du personnel et des membres du Conseil d'administration et des comités sur les médias sociaux*.

Relations médias

- La DCAP est responsable des relations avec les médias et des relations publiques.
- Le personnel du Collège doit transmettre à la DCAP ou à son équipe des relations médias les demandes provenant de journalistes et qui méritent soutien ou vigie.
- Il en va de même pour un membre du Conseil d'administration, sauf s'il s'agit de relations médias qui s'inscrivent dans le cadre de son expertise professionnelle et qui ne sont pas en lien avec des éléments traités par le Conseil d'administration.
- Un membre de comité qui est interpellé par un journaliste pour s'exprimer sur un sujet relié au mandat du comité doit informer la DCAP et la présidence du comité.
- Il revient à la DCAP de formuler des recommandations sur la manière d'y répondre, et d'identifier les messages clés pour les personnes sollicitées par les médias ou désignées pour agir à titre de porte-parole du Collège.

Le personnel ainsi que les membres du Conseil d'administration et des comités ne peuvent accorder d'entrevue à un média, ou s'exprimer publiquement sur une quelconque plateforme, sur un sujet en lien avec un dossier touchant le Collège, ou à propos duquel le Conseil a prévu de se prononcer ultérieurement, sans avoir obtenu une autorisation préalable de la DCAP qui fera le lien avec la DG ou la présidence. Il s'agit ainsi d'assurer la cohérence des positions du Collège.

Il revient à la présidence, à la DCAP ou aux personnes désignées d'énoncer publiquement les positionnements élaborés par le Collège.

Dans toutes ses interventions médiatiques, le porte-parole désigné ou délégué parle toujours au nom de l'organisation. Ainsi, le porte-parole ne peut s'exprimer à titre personnel dans le cadre d'une entrevue média, à moins d'y avoir été autorisé par la DCAP.

Pour les interventions médiatiques relevant de ses fonctions dans le cadre de ses responsabilités hospitalières ou universitaires, le membre du Conseil d'administration médecin devra en aviser la DCAP et demander conseil, si nécessaire. Il pourrait arriver que ce champ d'expertise médicale chevauche un sujet sur lequel le Collège s'est prononcé ou entend se prononcer. Il faudra là encore s'assurer de la cohérence des propos et préciser que le membre du Conseil d'administration se prononce à titre d'expert et non pas de membre du Conseil.

Affaires publiques

Le Collège est appelé à déposer des mémoires et à participer à des commissions parlementaires et des consultations publiques. Les mémoires exposent les recommandations du Collège en réponse aux orientations proposées lors de consultations menées par l'Assemblée nationale et ses commissions, le gouvernement et ses instances, de même que les ordres et associations professionnels. Ils englobent aussi les commentaires du Collège émis dans le cadre des projets de loi et de règlement. Cela vaut aussi pour les instances hors Québec, comme les comités du parlement fédéral, ou encore les collèges de médecins des provinces canadiennes.

Publicité

La DCAP est responsable de la gestion des activités publicitaires du Collège et procède aux achats d'espaces ou de temps d'antenne dans les médias et autres plateformes choisies.

En fonction des besoins, des objectifs à atteindre et des publics visés, la DCAP peut également solliciter la collaboration de fournisseurs externes.

Sondages

La DCAP est responsable de la conception et de la diffusion de sondages maison et de la gestion des consultations menées par des firmes externes.

Le personnel ainsi que les membres du Conseil d'administration s'abstiennent d'y participer, à moins d'avis contraire.

Endossement de campagnes publiques

La DCAP convient avec la DG de l'endossement public ou de collaborations internes avec toute organisation ou tout partenaire en santé. De leur propre chef, le personnel ainsi que les membres du Conseil d'administration et des comités du Collège devraient prévenir la DCAP de ces initiatives pour qu'elles puissent être soutenues et faire l'objet d'une vigie si certains de ces éléments sont plus sensibles.

Partenariat d'intérêt

La DCAP propose et gère les partenariats d'intérêt qui sont validés par la DG et s'inscrivent dans la mission et les valeurs du Collège. Il s'agit d'associations publiques ou d'échanges de service avec des partenaires comme le Programme d'aide aux médecins du Québec (PAMQ), les comités d'usagers, les organismes de lutte au tabagisme ou de promotion de saines habitudes de vie, etc.

Autres dispositions de la politique

Validation d'orientations et de documents auprès du Conseil d'administration

Le Collège doit pouvoir réagir dans l'espace public en temps opportun, que ce soit à un élément d'actualité médicale, à un enjeu social en santé ainsi qu'à une situation touchant des soignants ou, plus largement, l'ensemble du réseau de la santé. Afin de conserver

l'agilité nécessaire à son positionnement stratégique, les moyens de communication suivants sont utilisés pour obtenir l'orientation du Conseil d'administration.

Type de publication	Délai de réaction requis	Moyen de communication
Réponse aux médias, aux ministères, au gouvernement, à des organismes, etc.	Dans les heures suivantes	Texte de groupe
Lettre ouverte, réponse à une demande ministérielle, gouvernementale, ou de la part d'un organisme, etc.	Dans les 24 à 72 heures suivantes	Courriel de groupe
Allocution, mémoire, document public, etc.	Dans plus de 72 heures	Par DiliTrust

Les commentaires exprimés sur ces différentes plateformes seront vus de tous. La présidence et la DG pourront ainsi indiquer la marche à suivre par la suite. Les commentaires exprimés dans le cadre de ces délibérations du Conseil d'administration, que ce soit par courriel ou texte, revêtent un caractère confidentiel.

Ligne éditoriale

Comme le Collège produit et diffuse de nombreuses publications, cette section présente les balises à respecter en matière de gestion, création et diffusion de contenu. La ligne éditoriale vise à ce que les communications émanant du Collège soient cohérentes et pertinentes, en plus d'appuyer les décisions et les objectifs de l'organisation.

Celle-ci énonce les orientations, les actions privilégiées, les opinions ou les commentaires du Collège concernant des sujets ou enjeux découlant du mandat de protection du public, du réseau de la santé ou des domaines professionnels de la santé ou de l'éducation. Ce sont des balises à respecter.

La ligne éditoriale s'adresse à l'ensemble des ressources internes appelées à produire et diffuser des contenus pour le Collège. Elles doivent en prendre connaissance afin de la respecter dans le cadre de leurs interventions auprès des publics internes et externes du Collège.

Règles rédactionnelles

Langue des communications

Selon la *Charte de la langue française*, il est exigé des membres d'ordres professionnels du Québec de comprendre et de s'exprimer en français. Ainsi, le Collège communique exclusivement en français avec ses membres ainsi que les candidates et candidats à l'exercice, sauf pour les exceptions prévues par la loi. Certaines communications, notamment celles s'adressant au grand public ou aux médias de langue anglaise, peuvent faire l'objet d'une traduction anglaise dans les outils de communication, dont le site Internet et les médias sociaux.

Nétiquette

La nétiquette est l'ensemble des conventions de bienséance qui doivent gouverner le comportement des internautes dans le réseau. Toute communication doit respecter les règles de nétiquette énoncées par ce dernier. Il est possible de consulter la nétiquette du Collège sur son [site Internet](#).

Communication de la Politique

Une copie de la Politique est transmise au personnel ainsi qu'aux membres du Conseil d'administration et des comités du Collège lors de leur entrée en fonction.

Fréquence de révision de la Politique

La Politique et chacune de ses mises à jour entrent en vigueur dès leur adoption par le Conseil d'administration. Elle peut être révisée en tout temps, dès que le Collège en voit la pertinence. Elle devra cependant faire l'objet d'une révision systématique tous les trois ans afin de mettre à jour son contenu selon l'évolution de l'organisation et les meilleures pratiques dans ce domaine.

Annexe I - Règles de gouvernance en matière de communication pour les membres du Conseil d'administration et des comités du Collège

Des règles de gouvernance s'appliquent en complémentarité avec la *Politique de communication* du Collège. Ensemble, elles assurent que les communications émanant du Collège seront diffusées ou commentées au moment opportun, par les personnes responsables, vers les publics concernés et qu'elles appuient les décisions et les objectifs du Collège.

Ainsi, le *Code d'éthique et de déontologie applicable aux administrateurs et membres de comités du Collège* prévoit ainsi expressément à son article 9 que :

« L'administrateur ou le membre de comité fait preuve de discrétion et de réserve dans la manifestation publique de ses opinions, notamment dans les médias sociaux, sur des questions liées à son mandat. »

Conséquemment, les membres du Conseil d'administration et des comités doivent s'imposer en tout temps un devoir de réserve et faire preuve de prudence dans leurs interventions dans les médias et les médias sociaux, que ce soit à titre personnel ou professionnel.

Ils agissent avec loyauté et prudence et dans l'intérêt du Collège, s'appuient sur des faits reconnus et s'assurent que leurs prises de position soient cohérentes avec celles du Collège, de manière à préserver la réputation, la crédibilité, la légitimité et l'image de marque de l'organisation.

Cette réserve s'applique également aux lettres ouvertes dont le membre du Conseil d'administration ou d'un comité est signataire ou aux pétitions qu'il endosse.

Cadre de fonctionnement

Il ne s'agit pas de restreindre la liberté d'opinion de chacun, mais de baliser la portée des interventions publiques afin de préserver notamment la crédibilité et l'influence du Collège envers le public, la communauté médicale, les membres, les décideurs, les médias, les partenaires du réseau de la santé et l'ensemble des parties prenantes. Et tout en considérant les obligations d'objectivité, de solidarité, de modération, ainsi que le devoir fiduciaire inhérent à un membre de Conseil d'administration.

Pour toute communication émanant du Collège, une démarche rigoureuse est établie pour veiller à sa cohérence et sa pertinence. Il s'agit des étapes suivantes :

- Définir les objectifs de communication sur la base de sa mission première de protection du public et des objectifs stratégiques du Collège;
- Identifier les publics à rejoindre, ainsi que la meilleure façon et le meilleur moment d'y parvenir;
- Définir les sujets à traiter, ainsi que le ton à privilégier;
- Choisir le ou les bons moyens de diffusion parmi ceux nommés dans la Politique;
- Créer et diffuser les outils de communication;
- Évaluer les retombées de cette diffusion.

Il importe donc que les membres du Conseil d'administration et des comités collaborent entièrement avec la présidence et la DCAP dans le cadre de leurs interventions publiques autorisées (entrevues, lettres ouvertes, publications dans les médias sociaux, etc.), afin de s'inscrire dans cette démarche.

Accès à l'information

Les documents, les informations et les discussions présentés lors d'une séance du Conseil d'administration ou d'une rencontre d'un comité sont strictement confidentiels. Une personne qui souhaite avoir accès à une décision prise par le Conseil d'administration ou une autre instance du Collège peut en faire la demande en utilisant la procédure d'accès à l'information.

Une décision du Conseil d'administration est communiquée, s'il y a lieu, par les personnes désignées par la présidence en ce qui a trait aux questions de stratégie et d'orientation et la DG du Collège pour un sujet d'ordre administratif.

Protection de la vie privée

Les membres du Conseil d'administration et des comités doivent s'assurer de respecter, dans toutes leurs communications, les dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels, notamment celles prévues dans la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* et dans le *Code des professions*.