

RELATIONS AVEC LES MÉDIAS D'INFORMATION

Émetteur	Service des communications et des relations médias	
Direction responsable	Présidence-direction générale	
Destinataires	Communauté interne du CIUSSS de l'Estrie – CHUS	
Entrée en vigueur	2025-04-14	
Adopté par	Équipe de gestion exécutive (ÉGE)	Date 2025-04-07
Signature	Original signé par	
	<hr/> Dr Stéphane Tremblay, Président-directeur général	

Table des matières

1. Mise en contexte.....	1
2. Objectifs.....	2
3. Définition des termes.....	2
4. Champs d'application	3
5. Principes directeurs	3
6. Procédure	4
7. Rôles et responsabilités	8
8. Dispositions finales.....	10
Annexe A - Historique des versions.....	10
Annexe B - Préparation d'un événement de presse (marche à suivre)	11

1. Mise en contexte

L'Estrie est un pôle médiatique important. Nous retrouvons sur le territoire les principaux médias d'information : Radio-Canada, TVA, Noovo, Bell Média, Cogeco Média et la Coopérative nationale de l'information indépendante, en plus des radios et journaux locaux.

En plus de sa réalité régionale, le statut universitaire de l'établissement, avec des expertes et experts renommés, suscite l'intérêt des médias nationaux.

En moyenne, 1200 demandes sont traitées annuellement par le Service des communications et des relations médias du CIUSSS de l'Estrie – CHUS. Cela implique l'accompagnement de plus de 300 porte-parole et la rédaction de plusieurs centaines de documents (messages clés, lignes de presse, avis médias, etc.).

En plus de traiter les demandes reçues par les médias, le Service des communications et des relations médias effectue régulièrement des sorties médias proactives pour faire connaître ou valoriser l'offre de soins et services de l'organisation ou encore sa mission universitaire.

Depuis 2019, l'attention médiatique concernant le secteur de la santé et des services sociaux est en augmentation. Les demandes médias reçues sont plus complexes en raison de l'augmentation des besoins

de la population, incluant les besoins des personnes les plus vulnérables de notre société, ainsi que la meilleure connaissance du secteur de la santé et des services sociaux par les journalistes.

2. Objectifs

Les objectifs de la présente procédure sont les suivants :

- Encadrer les relations entre l'établissement et les médias d'information (privés ou publics, locaux, régionaux ou nationaux).
- Assurer un traitement adéquat et uniforme des demandes médias.
- Définir les règles entourant le traitement des demandes médias :
 - respect de la vie privée et confidentialité des renseignements personnels;
 - consentement des usagers, des usagères et des membres de la communauté interne;
 - désignation d'un ou d'une porte-parole de l'établissement;
 - accessibilité des lieux.
- Garantir le respect des droits des usagers et des usagères, notamment la confidentialité de leur dossier et la protection de leurs renseignements personnels.
- Définir le rôle et les responsabilités de chaque personne en matière de relations avec les médias.
- Encadrer les activités de presse (conférences de presse, points de presse, breffages techniques, entrevues, etc.)
- Encadrer l'accès aux installations pour les personnes représentant les médias (rechercheurs, journalistes, photographes, caméramans).
- Protéger la réputation et la crédibilité des usagers, des usagères, des membres de la communauté interne et de l'établissement.

3. Définition des termes

- **Demande médias** : Demande d'informations ou d'entrevues de la part des journalistes, de façon écrite ou verbale, à l'équipe des relations médias.
- **Breffage technique** : Rencontre entre les porte-parole de l'établissement et les journalistes durant laquelle un sujet est expliqué en profondeur. Des questions d'éclaircissement peuvent être posées pendant la présentation. L'objectif est de bien faire comprendre tous les éléments et enjeux présentés. Les questions portant sur les opinions ou les réactions sont réservées pour la fin. Une activité de presse, comme une conférence de presse ou des entrevues individuelles, peuvent suivre le breffage technique.
- **Conférence de presse** : Activité au cours de laquelle un ou plusieurs porte-parole fournissent aux journalistes de l'information à propos d'un sujet. À la suite de l'allocution de tous les porte-parole, une période de questions de groupe est offerte. Par la suite, les journalistes ont la possibilité de procéder à des entrevues individuelles avec les porte-parole.
- **Point de presse** : Courte séance d'information au cours de laquelle un ou plusieurs porte-parole font le point sur une situation ou un événement en cours. À la suite de l'allocution de tous les porte-parole, une période de questions de groupe est offerte. Par la suite, les journalistes ont la possibilité de procéder à des entrevues individuelles avec les porte-parole.
- **Sortie média proactive** : Action du Service des communications et des relations médias d'initier une communication auprès des journalistes pour promouvoir un service, une découverte, une activité, etc. Il peut s'agir, par exemple, de la tenue d'une conférence de presse, de l'envoi d'un communiqué de presse ou de la diffusion d'une actualité sur le site santeestrie.qc.ca, etc. Cette action est mise en place en amont afin d'inviter les journalistes à relayer la nouvelle.

- **Sortie média réactive** : Action d'organiser une entrevue ou toute autre activité de presse en réponse à une demande de la part d'un journaliste.
- **Table éditoriale** : Activité au cours de laquelle les directeurs et directrices de l'information des médias et les journalistes sont réunis et rencontrent un(e) ou des porte-parole de l'établissement afin de discuter de sujets définis par les deux parties. La table éditoriale est plus longue qu'une entrevue (environ 1 heure). Seulement les gestionnaires du Service des communications et des relations médias peuvent prendre la décision de tenir une table éditoriale.
- **Mêlée de presse (scrum)** : Courte séance d'information au cours de laquelle un(e) ou deux porte-parole font une brève déclaration debout, au milieu des journalistes. Les porte-parole reprennent certains éléments d'une situation (entre deux et trois minutes) et répondent ensuite aux questions des journalistes (questions de groupe, aucune entrevue individuelle). La mêlée de presse peut aussi se faire en mode virtuel. Elle est organisée rapidement, selon la situation vécue. Dans une situation où une actualité médiatique suscite plusieurs demandes d'entrevues et exige une réponse ou une réaction rapide, une mêlée de presse peut être organisée. Le scrum est davantage associé à une situation d'urgence. L'accord d'un ou d'une gestionnaire du Service des communications et des relations médias est nécessaire pour tenir ce type d'activité.
- **Conseillère ou conseiller en communication** : Professionnelle ou professionnel du Service des communications et des relations médias habilité à élaborer des stratégies et des plans de communication. Cette personne a pour rôle d'accompagner les différentes directions de l'établissement dans leurs besoins de communication.
- **Porte-parole** : Personne désignée pour répondre aux questions des journalistes en entrevue.
- **Stratégie médias** : Stratégie élaborée pour répondre à une demande médias ou pour faire connaître un projet ou un service par l'intermédiaire des médias d'information.
- **Avis médias** : Courriel transmis aux journalistes pour les informer d'une nouvelle que l'organisation souhaite partager. L'avis médias réfère généralement à une page sur le site Web santeestrie.qc.ca qui présente l'information détaillée.
- **Lignes de presse** : Phrases simples et claires qui présentent l'ensemble des éléments connus d'une situation ou d'un dossier. Les lignes de presse permettent au porte-parole de définir les éléments qui peuvent être rendus publics.
- **Messages clés** : Phrases simples et facilement compréhensibles qui reflètent ce que l'organisation souhaite transmettre comme information lors d'une entrevue. Au maximum trois messages clés stratégiques sont définis en collaboration avec l'équipe des relations médias. Ils servent de guide au porte-parole lors de l'entrevue, en fonction de l'angle que le ou la journaliste souhaite aborder.
- **Questions-réponses** : Document regroupant toutes les questions et les réponses possibles sur un sujet donné. On y trouve aussi une description des enjeux qui pourraient être abordés lors d'une entrevue. Les journalistes ne fournissent jamais leurs questions au préalable. Ce document regroupe des questions anticipées par le conseiller ou la conseillère en communication.

4. Champs d'application

Cette procédure s'adresse à tous les membres de la communauté interne du CIUSSS de l'Estrie – CHUS, soit toute personne qui exerce des fonctions ou sa profession au sein de l'établissement. Ceci concerne les administrateurs et administratrices, les gestionnaires, les employés et employées, les médecins, les dentistes, les chercheurs et chercheuses, les sages-femmes, les résidents et résidentes en médecine, les étudiants et étudiantes, les stagiaires et les bénévoles.

5. Principes directeurs

- Respecter le droit à l'information.
- Participer à l'amélioration des connaissances de la population en lien avec la santé et les services sociaux.

- Établir et maintenir une relation de confiance et de respect entre le CIUSSS de l'Estrie – CHUS et les représentantes et représentants des médias.
- Respecter la vie privée des usagers et des usagères ainsi que la confidentialité de leurs renseignements personnels, ce qui exige de limiter l'accès à ces informations et d'obtenir les autorisations nécessaires en amont.
- Adopter une approche de transparence envers la population.

6. Procédure

6.1 Demandes médias et accès aux installations

Toute demande d'entrevue, de photographie ou de tournage doit être transmise par courriel ou par téléphone au Service des communications et des relations médias. Seul ce service peut autoriser ou refuser les demandes.

Si une présence à l'intérieur ou à l'extérieur d'une installation est nécessaire, le Service des communications et des relations médias informe les responsables de la sécurité.

À l'intérieur des installations, les représentantes et représentants des médias sont accompagnés en tout temps par un membre du Service des communications et des relations médias. À l'extérieur, sur les terrains de l'établissement, l'accompagnement varie selon la nature de la demande. Dans ces situations, la décision concernant l'accompagnement revient au Service des communications et des relations médias.

6.1.1 Réception d'une demande médias un jour ouvrable : du lundi au vendredi, de 8 h à 16 h

Toutes les demandes doivent être acheminées à l'équipe des relations médias :

- par courriel : relationsmedias.ciussse-chus@ssss.gouv.qc.ca;
OU
- par téléphone : 819 679-6538.

6.1.2 Réception d'une demande médias en dehors d'un jour ouvrable, des heures d'ouverture ou lors d'un jour férié

En dehors des heures indiquées au point 6.1.1, les fins de semaine et lors des jours fériés, les journalistes doivent composer le 819 346-1110, option 0, et demander à la répartitrice ou au répartiteur de joindre la personne de garde aux communications. **Seules les demandes urgentes sont traitées pendant la garde.**

Une demande sera considérée comme urgente lorsqu'elle répond à l'un des critères suivants :

- risque pour la santé et/ou la sécurité de la population;
- risque pour la réputation de l'établissement;
- situation requérant des mesures d'urgence ou de sécurité civile.

6.1.3 Réception d'une demande médias par une autre instance que le Service des communications et des relations médias

Toute personne qui reçoit un appel ou un courriel de la part d'une représentante ou d'un représentant des médias doit :

1. référer cette personne à l'équipe des relations médias;
2. informer l'équipe des relations médias de la demande reçue.

Afin de coordonner les réponses aux médias et de transmettre l'information la plus juste et détaillée possible, les membres de la communauté interne ne peuvent pas donner de renseignements ou accorder une entrevue à une représentante ou à un représentant des médias sans en avoir préalablement discuté avec l'équipe des relations médias. Il revient à cette équipe de déterminer qui est le meilleur ou la meilleure porte-parole selon la demande ou la situation.

6.1.4 Risques médias

Un membre de la communauté interne qui constate ou a connaissance d'une situation ayant le potentiel de susciter l'intérêt d'un média doit aviser l'équipe des relations médias dans les meilleurs délais, et ce, même si aucun média ne l'a interpellé sur le sujet. L'équipe des relations médias pourra ainsi documenter la situation en amont et identifier les actions de communication internes et externes à planifier en lien avec la situation.

6.1.5 Cheminement d'une demande médias à l'interne

Lorsque le Service des communications et des relations médias reçoit une demande média, celle-ci est attribuée à un conseiller ou à une conseillère de l'équipe des relations médias.

Le conseiller ou la conseillère en relations médias analyse la demande et interpelle la directrice ou le directeur concerné. Ce contact se fait par courriel en attribuant une importance haute à l'envoi, par messagerie texte, par Teams ou par un appel téléphonique. Lors de ce contact, les informations suivantes sont transmises : le type de demande (information, précision ou entrevue), le nom du média, le verbatim de la demande, le délai souhaité pour la réponse, la stratégie média proposée ou les recommandations à l'égard de la direction concernée.

Après avoir pris connaissance de la demande média, le directeur ou la directrice peut choisir d'interpeller le conseiller ou la conseillère en relations médias pour discuter de la stratégie, lui transmettre des éléments de réponse ou déléguer la demande à une personne de son équipe. Une discussion de vive voix facilite souvent cette étape puisqu'elle permet notamment de valider le niveau de précision de la réponse et la ligne d'approbation.

La stratégie finale est entérinée par une ou un gestionnaire responsable de l'équipe des relations médias.

À la suite de la diffusion du reportage ou de l'article, une analyse est effectuée afin de déterminer la tonalité de la sortie (positive, négative, neutre). Cette information est ajoutée au tableau qui regroupe toutes les demandes médias.

Dans le cas où la demande médias concerne un sujet sensible, un enjeu organisationnel, un dossier politisé ou demande une coordination entre plusieurs directions, le Service des communications et des relations médias peut impliquer des instances additionnelles lors de la préparation de la stratégie et/ou de la réponse.

Un courriel regroupant l'ensemble des communications proactives et réactives de l'établissement (incluant les demandes médias) est envoyé chaque jour, en fin de journée, aux hors-cadres.

Demande d'information ou de précision

À partir des informations fournies par la direction concernée, une réponse écrite sera rédigée par l'équipe des relations médias, en collaboration, au besoin, avec le conseiller ou la conseillère en communication qui soutient la direction. La réponse sera approuvée par le Service des communications et des relations médias, la direction concernée par la demande et toutes autres personnes identifiées selon la situation (direction générale, médecin, etc.). La réponse sera transmise verbalement et/ou par écrit au ou à la journaliste par l'équipe des relations médias.

Demande d'entrevue

Lorsqu'une entrevue est accordée, le choix du ou de la porte-parole est fait en collaboration avec le Service des communications et des relations médias, la direction concernée par la nouvelle, et au besoin avec la direction générale. Ainsi, toute personne membre de la communauté interne prenant publiquement la parole au nom de l'établissement aura obtenu une autorisation préalable du Service des communications et des relations médias.

Un membre de l'équipe s'assure ensuite de convenir des modalités de l'entrevue avec le ou la journaliste. Il prépare également l'entrée d'agenda et soutient les porte-parole en rédigeant des messages clés, des lignes de presse et un document questions/réponses, selon les besoins. Il accompagne aussi les porte-parole lors de l'entrevue.

6.2 Activités de presse

Le Service des communications et des relations médias est la seule instance autorisée à diffuser un avis médias ou un communiqué de presse et à organiser une activité de presse au nom de l'établissement.

Toute activité médiatique à l'intérieur des installations ou sur les terrains de l'établissement peut être annulée si elle n'a pas été autorisée par le Service des communications et des relations médias.

6.2.1 Choix de l'activité de presse

Le Service des communications et des relations médias détermine l'activité de presse en fonction de la complexité de la nouvelle, de son importance, du public visé et de l'actualité du moment. Le Service des communications et des relations médias travaille en collaboration avec la direction concernée pour actualiser la stratégie.

6.2.2 Organisation d'une activité de presse

Au Service des communications et des relations médias, l'organisation d'une activité de presse est sous la responsabilité de l'équipe en soutien aux directions si l'activité est de nature proactive, et sous la responsabilité de l'équipe des relations médias dans le cas des stratégies réactives. Si une direction souhaite présenter un sujet à un média, elle doit

interpeller un conseiller ou une conseillère en communication qui prendra la charge du projet. Une marche à suivre est disponible en annexe de ce document.

6.3 Protection des renseignements personnels

6.3.1 Protection de la confidentialité lors d'une réponse médias

Aucun renseignement concernant le dossier d'un usager ou d'une usagère n'est transmis aux personnes représentant les médias.

L'utilisateur ou l'utilisatrice peut toutefois consentir à divulguer des informations confidentielles. Pour ce faire, la personne doit remplir le formulaire **AH-216 – Autorisation de communiquer des renseignements contenus au dossier** et le signer. Le formulaire doit ensuite être envoyé au Service des archives.

Avant de divulguer une information confidentielle, le Service des communications et des relations médias informe la direction concernée, s'assure que l'utilisateur ou l'utilisatrice est apte à consentir à ce que l'établissement fournisse des renseignements personnels et vérifie auprès du Service des archives que le formulaire est bien rempli et signé.

Cette procédure exceptionnelle est surtout utilisée lors de l'annonce des premiers bébés de l'année sur le territoire.

Le nombre de cas en lien avec une situation (maladie, décès, condition, etc.) peut être indiqué par un chiffre franc sauf si le nombre se situe entre 1 et 4. Dans ce cas, l'information donnée sera que le nombre est inférieur à 5.

Lors de la visite de journalistes dans une installation, un membre de l'équipe des relations médias s'assure qu'aucune donnée nominative ne puisse être vue par ceux-ci.

6.3.2 Formulaires de consentement

Formulaire de consentement à la captation (photo, vidéo et audio)

Le formulaire est disponible en français et en anglais dans l'intranet de l'établissement (Boîte à outils >> Communication | Médias >> Médias | Réseaux sociaux). Il doit être signé par toute personne qui consent à participer à une séance photo ou à un enregistrement audio ou vidéo.

Les porte-parole sont exemptés de cette formalité puisque leur accord à tenir le rôle de porte-parole sous-entend l'utilisation de ces éléments par les médias. Le consentement verbal devant témoin est suffisant pour les membres de la communauté interne.

Formulaire AH-216 – Autorisation de communiquer des renseignements contenus au dossier

Le formulaire est disponible sur le site Web msss.gouv.qc.ca (Formulaire du réseau). Il doit être signé par toute personne qui consent à transmettre des informations confidentielles aux journalistes, puis transmis au Service des archives.

Le fait de remplir ce formulaire n'oblige en rien un membre de la communauté interne à accorder une entrevue sur une situation particulière.

6.4 Désignation d'un ou d'une porte-parole

6.4.1 Choix du ou de la porte-parole

Le choix du ou de la porte-parole est fait en collaboration par le Service des communications et des relations médias, soit avec la direction concernée par la nouvelle, soit avec la direction générale. Toute personne membre de la communauté interne prenant publiquement la parole au nom de l'établissement aura obtenu une autorisation préalable du Service des communications et des relations médias.

6.4.2 Accompagnement offert

Avant une entrevue, le Service des communications et des relations médias prépare les porte-parole avec des messages clés, des lignes de presse et un document questions/réponses. Le soutien est offert par l'équipe des relations médias dans le cas où la sortie est réactive, et par l'équipe du soutien aux directions lorsque la sortie est proactive.

Les porte-parole reçoivent l'accompagnement d'un membre du Service un membre du Service des communications et des relations médias lors des entrevues, à moins d'une entente spécifique entre le service et le ou la porte-parole.

Une formation porte-parole est offerte aux gestionnaires et aux médecins qui peuvent être sollicités comme porte-parole au cours de leur carrière. Les personnes intéressées à s'y inscrire peuvent s'adresser au Services aux cadres ou au Service des communications et des relations médias.

7. Rôles et responsabilités

- **Équipe du Service des communications et des relations médias**
 - Coordonner l'ensemble des activités médiatiques de l'établissement (proactives et réactives).
 - Recevoir toutes les demandes médias.
 - Analyser les demandes.
 - Informer les directions concernées de toutes demandes médias.
 - Consulter la ou les directions concernées.
 - Élaborer les stratégies médias.
 - Formuler des recommandations.
 - Répondre aux demandes médias.
 - Rédiger les documents de presse.
 - Préparer les porte-parole (conseils et soutien) et leur offrir une rétroaction après les entrevues.
 - Accompagner les porte-parole dans leurs entrevues.
 - Accompagner les médias dans l'établissement.
 - Veiller à la protection des renseignements personnels et faire signer les formulaires d'autorisation d'entrevue et de captation (photo, vidéo et audio).
 - Organiser les événements de presse.
 - Diffuser et analyser la revue de presse.

- Préparer des dossiers de presse.
- Collaborer avec l'équipe des communications du MSSS ou du siège social de Santé Québec au besoin.
- **Gestionnaires**
 - Référer toutes les demandes médias au Service des communications et des relations médias, qui déterminera qui sera le bon ou la bonne porte-parole pour la situation.
 - Informer immédiatement le Service des communications et des relations médias si un membre de la presse se présente à titre professionnel dans l'établissement.
 - Informer immédiatement le Service des communications et des relations médias de toute situation qui pourrait se retrouver dans les médias (risque médiatique).
 - Collaborer à la préparation des contenus.
 - Se rendre disponible et agir à titre de porte-parole dans les dossiers qui les concernent.
- **Chercheurs, chercheuses, médecins, dentistes, sages-femmes, résidents et résidentes en médecine**
 - Référer toutes les demandes médias au Service des communications et des relations médias, qui déterminera qui sera le bon ou la bonne porte-parole pour la situation.
 - Informer le Service des communications et des relations médias lorsqu'une entrevue est accordée.
 - Informer le Service des communications et des relations médias si un média doit entrer dans l'établissement pour faire une entrevue.
 - Agir à titre de porte-parole dans les dossiers qui relèvent de leur expertise.
* Si la personne décide d'accorder une entrevue sans avoir été désignée porte-parole du sujet pour l'établissement, il doit indiquer qu'il accorde l'entrevue à titre personnel.
- **Personnel, étudiants, étudiantes, stagiaires et bénévoles**
 - Référer toutes les demandes médias au Service des communications et des relations médias, qui déterminera qui sera le bon ou la bonne porte-parole pour la situation.
 - Informer immédiatement le Service des communications et des relations médias si un membre de la presse se présente à titre professionnel dans l'établissement.
- **Représentants et représentantes des conseils professionnels, des comités de résidents et des comités des usagers**
 - Informer le Service des communications et des relations médias si un média doit entrer dans l'établissement pour faire une entrevue.
 - Agir à titre de porte-parole dans les dossiers qui relèvent de leur expertise.
- **Administrateurs et administratrices**
 - Référer toutes les demandes médias au Service des communications et des relations médias, qui déterminera qui sera le bon ou la bonne porte-parole pour la situation.
 - Agir à titre de porte-parole dans les dossiers qui relèvent de leur expertise.

8. Dispositions finales

8.1 Version antérieure

Non applicable.

8.2 Prochaine révision

La présente procédure doit faire l'objet d'une révision au plus tard dans les quatre (4) années suivant son entrée en vigueur.

Annexe A – Historique des versions

Description	Auteur(e) / Responsable	Date / Période
Création	Catherine Roy, chef de service Service des communications et des relations médias Présidence-direction générale	Mars 2025

Annexe B – Préparation d'un événement de presse (marche à suivre)

Brefing technique, conférence de presse, table éditoriale, point de presse

La Direction adjointe aux affaires juridiques et publiques est responsable des actions suivantes :

- Rédiger le scénario.
- Préparer la liste d'invités et d'invitées.
- Informer le MSSS ou le siège social de Santé Québec de la tenue de l'activité.
- Réserver la salle pour l'activité et la salle pour la rencontre préparatoire.
- Réserver l'équipement audiovisuel (si requis).
- Informer les responsables de la sécurité de l'installation concernée.
- Rédiger les allocutions.
- Rédiger les invitations et la convocation des médias.
- Rédiger l'avis médias, la nouvelle Web et les médias sociaux.
- Inscrire l'activité au calendrier des communications.
- Rédiger les messages clés, les lignes de presse et les questions-réponses.
- Faire approuver tous les documents par les différentes instances (MSSS, siège social de Santé Québec, direction générale, directions concernées, partenaires, etc.).
- Coordonner la diffusion de l'avis médias, de la nouvelle Web et des publications sur les médias sociaux.
- Préparer les salles.
- Animer l'événement.
- Accompagner le, la ou les porte-parole.
- Diriger le briefing qui précède l'activité.

Scrum

Le Service des communications et des relations médias est responsable des actions suivantes :

- Informer le MSSS ou le siège social de Santé Québec de la tenue de l'activité (si requis).
- Réserver la salle pour l'activité (si requis).
- Informer les responsables de la sécurité de l'installation concernée.
- Rédiger la convocation des médias.
- Rédiger les messages clés, les lignes de presse et les questions-réponses.
- Faire approuver tous les documents par les différentes instances (MSSS, siège social de Santé Québec, direction générale, directions concernées, partenaires, etc.).
- Accompagner le, la ou les porte-parole.