

OBJET : POLITIQUE SUR LA SOLLICITATION ET LA GESTION DES COMMANDITES ET DE LA PUBLICITÉ	POLITIQUE N° 10 950
DESTINATAIRES : Toutes les unités administratives et les partenaires	Émise le : 2018-03-12 Révisée le :
ÉMISE PAR : Direction des communications et de l'accès à l'information (DCAI)	Approuvée le : 2018-05-25 (RCA 2018-05-3006)
APPROUVÉE PAR : Le conseil d'administration et SIGNÉE PAR : Le président-directeur général, Fabrice Brunet	Date : 2018-07-05

BUT

Le but de cette politique est de doter le Centre hospitalier de l'Université de Montréal d'une approche globale en matière de sollicitation et de gestion des commandites et de la publicité lors d'événements ou sur nos outils de communication.

1. PERSONNES VISÉES

La présente politique s'adresse aux intervenants du CHUM souhaitant obtenir un financement externe grâce à des commanditaires ou à la vente d'espace publicitaire.

2. FONDEMENTS

Cette politique doit être lue conjointement avec la Politique sur l'affichage au CHUM (10 900), la Politique de toponymie (10 923), la Politique de promotion de la santé (25 100) ainsi que de la Politique sur les documents d'information et d'éducation à la santé destinés aux usagers (25 101).

La présente politique ainsi que ses procédures, s'il y a lieu, sont subordonnées, notamment aux lois et règlements en vigueur suivants :

- Code civil du Québec (RLRQ c. CCQ-1991);
- Codes d'éthique, règlements et normes des associations et des ordres professionnels;
- Code des professions (RLRQ c. C-26);
- Loi sur les services de santé et les services sociaux (RLRQ c. S-4.2);
- Loi sur la transparence et l'éthique en matière de lobbyisme (RLRQ c. T-11.011)
- Code d'éthique facultaire du Conseil québécois de développement professionnel continu des médecins (CQDPCM) et du Collège royal des médecins et chirurgiens du Canada (CRMCC).

3. PRINCIPES DIRECTEURS

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal s'engage à protéger ses clientèles vulnérables de toute influence pouvant leur être préjudiciable.

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal s'engage à offrir à ses patients, leurs proches et tous les intervenants des activités de sensibilisation, de prévention et de promotion de la santé.

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal accepte que ses intervenants sollicitent des entreprises externes afin de soutenir financièrement, par le biais de commandites, la mise en place d'activités telles que

**OBJET : POLITIQUE SUR LA SOLLICITATION ET LA GESTION DES
COMMANDITES ET DE LA PUBLICITÉ**

POLITIQUE N° 10 950

des semaines de sensibilisation, des soirées d'information ou des activités de valorisation à l'intention des patients, de leurs proches ou des employés non couvertes par la base budgétaire habituelle, mais jugées nécessaires à la réalisation de la mission et des objectifs du CHUM.

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal accepte d'offrir un espace publicitaire à des annonceurs qui partagent ses valeurs.

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal accepte de développer des ententes de commandites ou des contrats publicitaires avec des fournisseurs de services ou de produits dans la mesure où ses ententes et contrats n'interfèrent pas avec les activités contractuelles.

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal, à titre de citoyen engagé dans son quartier, accepte d'offrir gracieusement aux organismes communautaires de son quartier des espaces pour promouvoir leurs produits et services.

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal refuse de promouvoir des produits ou services nocifs pour la santé ou ne respectant pas les valeurs de l'institution.

Le Centre hospitalier de l'Université de Montréal et ses commanditaires s'engagent à respecter les lois et les règlements en matière de gestion des commandites et des dons effectués par les entreprises ainsi qu'en affichage publicitaire.

4. DÉFINITIONS

Commandite : don effectué par une entreprise ou un organisme en échange d'une visibilité négociée.

Publicité : achat d'espace publicitaire pour promouvoir une marque, un produit ou un service.

Commanditaire : entreprise ou organisme qui participe au financement d'une activité en échange d'une visibilité négociée.

Annonceur : entreprise ou organisme s'engageant à défrayer des coûts pour faire de la publicité dans les installations du CHUM.

Grille de visibilité : outil utilisé pour négocier des ententes de commandites assurant un retour sur l'investissement intéressant pour le commanditaire.

Intervenants du CHUM: ensemble des individus travaillant, pratiquant ou œuvrant au CHUM (médecins, dentistes, pharmaciens, autres professionnels de la santé, chercheurs, employés, consultants, résidents, professeurs, stagiaires, bénévoles et étudiants) ainsi que toute personne physique ou morale liée par contrat.

Organismes communautaires du quartier: organismes sans but lucratif évoluant dans le quartier de la santé et offrant des services complémentaires à l'offre hospitalière.

**OBJET : POLITIQUE SUR LA SOLLICITATION ET LA GESTION DES
COMMANDITES ET DE LA PUBLICITÉ**

POLITIQUE N° 10 950

5. OBJECTIFS

- Uniformiser la sollicitation et la gestion des commandites et des publicités.
- Assurer la production et la négociation de grilles de visibilité conformes aux niveaux de commandite.
- Assurer le déploiement de campagnes de publicité conformes à la grille de placement médias.
- Jouer un rôle de citoyen actif en soutenant les organismes communautaires du quartier.

6. ÉNONCÉ DE POLITIQUE

- 6.1** Cette politique exclut les événements de rayonnement, de recherche ou académiques tels que l'ouverture d'un département ou la remise d'un prix d'excellence.
- 6.2** Les intervenants du CHUM qui souhaitent obtenir des revenus de commanditaires pour l'organisation de leurs activités doivent respecter la politique.
- 6.3** La liste des entreprises ou organismes sollicités pour commanditer une activité du CHUM doit être validée par la Direction des communications et de l'accès à l'information qui s'assurera de sa conformité.
- 6.4** Les ententes de commandites (incluant la grille de visibilité) doivent être approuvées par la Direction des communications et de l'accès à l'information.
- 6.5** Les ententes de placement publicitaire doivent être négociées par la Direction des communications et de l'accès à l'information.
- 6.6** Les ententes de visibilité avec les organismes communautaires du quartier doivent être négociées par la Direction des communications et de l'accès à l'information.
- 6.7** Les ententes de commandites et de placement publicitaire doivent être signées par la Direction générale adjointe aux affaires administratives.
- 6.8** Les commanditaires ou les annonceurs qui sont régis par des codes d'éthiques ou de déontologie en matière de commandite et de public sont tenus de les respecter.
- 6.9** Aucune vente sous pression ou sollicitation qui perturbe les activités normales du CHUM ne peut être autorisée.
- 6.10** Les entreprises sollicitées pour une commandite ou de la publicité doivent respecter les valeurs du CHUM et les procédures liées à cette politique.

7. RESPONSABILITÉS

7.1 Toutes les directions du CHUM

- 7.1.1** Respectent la politique dans le cadre de la sollicitation et la gestion des commandites.
- 7.1.2** Contribuent à la diffusion de la politique auprès des intervenants du CHUM.
- 7.1.3** S'engagent à appliquer les sanctions appropriées (retrait ou annulation des ententes et des contrats) lors du non-respect de la politique.

7.2 Direction des communications et de l'accès à l'information

- 7.2.1** Prépare les outils nécessaires pour soutenir les intervenants dans la recherche de commanditaires.
- 7.2.2** Soutient les intervenants pour l'élaboration et le développement des grilles de visibilité personnalisées aux activités pour lesquelles une commandite est recherchée.
- 7.2.3** Informe la Fondation du CHUM des commanditaires ou des annonceurs ciblés afin d'optimiser les partenariats potentiels.
- 7.2.4** Approuve la liste des commanditaires potentiels avant le début des sollicitations.
- 7.2.5** S'assure de l'application adéquate de la grille de visibilité.
- 7.2.6** Évalue et développe des options d'affichage publicitaires pour des annonceurs.
- 7.2.7** Négocie les ententes de placement publicitaire.
- 7.2.8** Coordonne les ententes de visibilité avec les organismes communautaires du quartier.

7.3 Direction générale adjointe aux affaires administratives

- 7.3.1** Signe les ententes de commandites et de placement publicitaire
- 7.3.2** Fait suivre les demandes de facturation à la Direction des ressources financières

Direction des ressources financières

- 7.3.3** Assure l'émission des factures et l'envoi aux commanditaires.
- 7.3.4** Assure le transfert des montants aux directions concernées.

7.4 Intervenants sollicitant des commanditaires

- 7.4.1** Utilisent les outils produits par la Direction des communications et de l'accès à l'information lors de la sollicitation de commandites.
- 7.4.2** Font approuver la grille de visibilité par la Direction des communications et de l'accès à l'information avant de la présenter aux commanditaires potentiels.
- 7.4.3** Collaborent à l'application de la grille de visibilité.

8. RÉVISION

La présente politique devra faire l'objet d'une mise à jour lorsque requis ou dans un délai maximum de cinq (5) ans.

APPLICATION

La présente politique entre en vigueur le jour de son approbation par le conseil d'administration.

Révisions mineures : Le 26 juillet 2018

ANNEXE 1 – Affichage publicitaire

Toute publicité commerciale affichée au CHUM doit :

- Être respectueuse de l'établissement de santé qu'est le CHUM et du réseau auquel il appartient;
- Être respectueuse des usagers du CHUM ainsi qu'à leurs proches.

Seront automatiquement exclues :

- Les publicités visant le recrutement de ressources travaillant au CHUM;
- Les publicités contenant des images offensantes, obscènes, calomnieuses, diffamatoires, vulgaires.
- Les publicités liées au tabac ou aux produits contenant du tabac;
- Les publicités associées aux boissons alcoolisées ou à des services de vente de boissons alcoolisées;
- Les publicités faisant la promotion de produits ou de services dont l'usage est nuisible à la santé;
- Les publicités faisant la promotion des jeux de hasard ou de concours ou d'une quelconque loterie;
- Les publicités associées à des activités illégales;
- Les publicités trompeuses;
- Les publicités à caractère sexuel;
- Les publicités sexistes;
- Les publicités faisant la promotion de produits ou de médicaments;
- Les publicités de nature politique, syndicale, idéologique, etc.;
- Les publicités à caractère religieux;
- Les publicités faisant état d'un sujet controversé;

Les publicités faisant la promotion de produits ou de services offerts par le Service alimentaire du CHUM, à moins d'une entente spécifique.

ANNEXE 2 – Dépenses admissibles et non admissibles commandites

ADMISSIBLES	NON ADMISSIBLES
Cachet d'un conférencier ou une ressource externe – ex. : cinéaste, photographe	Alcool
Bourse remise à une personne participante	Outils promotionnels ne correspond pas aux valeurs du CHUM
Cadeaux* aux participants - respectant les valeurs du CHUM – et ayant un volet éducatif ou axé sur les patients – ex. : épingle à linge Prévention du suicide – crayon Mes patients, ma priorité!	
Programme souvenir – aide-mémoire – dépliants – certificats – plaque commémorative	
Cadeau de tirage – exemple iPad – y ajouter un élément incitatif représentatif de la mission – ex. : offrir un témoignage, répondre à un sondage	
Diffusion d'un communiqué de presse	
Promotion d'une publication ciblée dans les médias sociaux	
Location d'équipement pour réaliser l'activité – ex. : photobooth	
Publicités pour promouvoir l'activité auprès des patients ou professionnels de la santé	
Repas, goûter ou boîtes à lunch (traiteur CHUM) – valeur maximale 15\$	

*La valeur du cadeau offert doit être modeste.