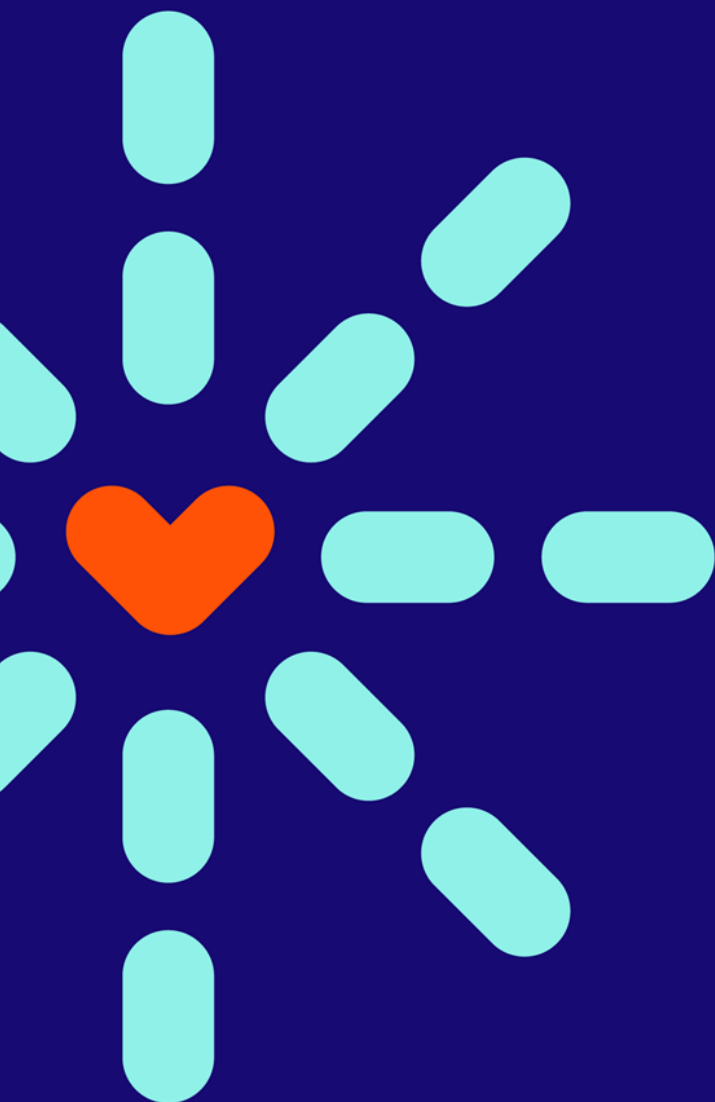




Offre de service Service des communications et des affaires publiques

Version complète

Présenté par : Direction générale

Date : Avril 2026

Table des matières

<i>Table des matières</i>	1
<i>Notre mandat</i>	2
L'organisation du Service des communications et des affaires publiques	2
Service aux directions	2
Communications internes	2
Communications externes	3
Relations médias, gouvernementales et avec les partenaires	3
Programme d'accès en langue anglaise	3
Centre le littératie (langage clair)	4
<i>Offre de service aux directions</i>	4
La démarche que nous appliquons	4
Conditions requises pour la prise en charge des requêtes	5
Rôle et responsabilité des directions	5
Plus précisément, ce qui peut être pris en charge	5
<i>Quelques considérations</i>	6
Le recrutement, un enjeu global	6
Notre image de marque, un actif précieux et fragile	6
L'exposition médiatique, un tremplin pour notre réputation	6

Notre mandat

Le Service des communications et des affaires publiques est mandataire de la réputation de Santé Québec Montérégie-Ouest et veille à positionner favorablement l'établissement auprès du grand public et de ses diverses parties prenantes, internes et externes. À cette fin, le service assure une vigie de l'environnement interne et externe en identifiant les risques et les opportunités. Elle planifie et exécute les actions dictées par les enjeux identifiés et qui sont requises pour la réussite de son mandat. En outre, le Service des communications et des affaires publiques constitue l'interface entre les autorités ministérielles et l'établissement pour toutes les questions reliées aux affaires publiques.

L'organisation du Service des communications et des affaires publiques

1. Services aux directions : conseils stratégiques et soutien opérationnel en cohérence avec les priorités de l'organisation.
2. Communications internes : information, développement de l'appartenance, mobilisation et rétention.
3. Communications externes : notoriété positive, rayonnement et attraction de la main-d'œuvre.
4. Relations de presse, gouvernementales et avec les partenaires : notoriété, positionnement et gestion de la réputation.
5. Programme d'accès en langue anglaise : respect des obligations légales et soutien aux directions.
6. Clarté santé, le centre de littératie : expertise-conseil pour une information en santé claire et accessible.

Service aux directions

Les agents d'information soutiennent les directeurs dans la réalisation de leurs projets prioritaires en déployant les stratégies de communication appropriées à l'atteinte des objectifs de leur direction.

Comment

Par l'analyse requise pour la préparation, la coordination et l'exécution de plans de communication qui incluent : L'identification des enjeux de communication;

- La définition des messages clés, des stratégies et des moyens;
- La production de matériel graphique.

Communications internes

Le service des communications internes diffuse auprès des différents publics internes l'information requise pour suivre et comprendre l'évolution de l'organisation.

Comment

Par un ensemble de stratégies dont :

L'accompagnement dans la préparation d'articles destinés aux médias internes (ex. : conditions de travail, obligations, opérations générales).

- L'organisation d'événements organisationnels (ex. : Prix Inspiration, rencontres des gestionnaires).
- La mise en place d'activités d'accueil et d'intégration (ex. : bonnes pratiques de communication pour les journées d'accueil, cyberlettres, boîtes à outils).
- La formation des gestionnaires (la communication interpersonnelle et de gestion).
- La gestion des plateformes de communication internes (ex. : intranet, cyberlettres, Facebook employés).
- La mise de l'avant des éléments du programme de reconnaissance organisationnel (ex. : années de service).

Communications externes

Le service des communications externes s'assure de présenter au public externe les caractéristiques de l'établissement qui le valorise et qui en font notamment un employeur de choix. À cet effet, il soutient les objectifs de recrutement de l'organisation par l'élaboration des stratégies marketing appropriées.

Comment

Par un ensemble de stratégies dont :

- La production et la diffusion de capsules de rayonnement de notre organisation.
- La production de matériel publicitaire et l'achat média.
- L'utilisation judicieuse des médias sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn) et des sites Web de l'organisation (santemonteregie.com et emplois-cisssmo.ca).

Relations médias, gouvernementales et avec les partenaires

Le service des relations médias, gouvernementales et avec les partenaires valorise l'établissement auprès des médias et exprime sa position sur les enjeux qui le concernent.

Il entretient des relations positives avec les instances politiques (cabinets des ministres, cabinet du sous-ministre, bureaux des députés et élus municipaux) et les partenaires de la communauté.

Comment

Par différentes actions, dont :

- La préparation des lignes de presse et de l'accompagnement des porte-paroles lors d'entrevues.
- L'identification et la promotion auprès des médias de sujets à potentiel médiatique positif.
- La vigie médiatique des sujets touchant l'établissement et autres sujets touchant le réseau de la santé (revue de presse quotidienne).
- La préparation et la transmission d'états de situation et de veilles médiatiques.

Programme d'accès en langue anglaise

Ce programme a pour but de mettre en place des mesures permettant d'améliorer l'accès aux services en langue anglaise.

Comment

Par différentes actions, dont :

- En élaborant un programme d'accès et en assurant le respect de nos engagements quant aux services que nous avons convenu d'offrir à la population.

- En soutenant l'ensemble des directions de l'établissement afin qu'ils puissent mieux définir leurs besoins pour répondre aux demandes de la clientèle d'expression anglaise.
- En assurant la liaison entre l'établissement et la communauté d'expression anglaise.
- En offrant un service de traduction des documents pour la clientèle d'expression anglaise répondant aux critères d'admissibilité.

Centre le littératie (langage clair)

Ce service a pour but d'aider l'établissement à produire une information accessible, fiable et adaptée pour les usagers et leurs proches. Le tout, afin d'accroître la capacité des usagers à mieux comprendre et à utiliser l'information en santé pour prendre soin de leur bien-être et améliorer leur santé au quotidien.

Comment

Par différentes actions, dont :

Accompagnement et développement

- Vulgarisation et conception d'outils graphiques adaptés aux usagers ciblés.
- Implication des usagers partenaires pour la cocréation et la validation de contenu.
- Ateliers sur la communication claire et accessible.
- Création de supports pédagogiques adaptés.
- Activités de sensibilisation sur les enjeux de la littératie en santé.
- Promotion
- Encouragement des meilleures pratiques en littératie en santé.
- Diffusion des outils via les plateformes de l'établissement.
- Développement de partenariats avec des collaborateurs.

Offre de service aux directions

La démarche que nous appliquons

Afin de mettre à profit notre expertise et de bien vous accompagner, nous analysons chacune des demandes que nous recevons de la façon suivante :

1. Comprendre le **contexte** de votre demande, dans quel dossier, opération ou projet s'inscrit cette demande.
2. Identifier les **enjeux**, bien définir le problème à régler.
3. Saisir vos propres **objectifs** opérationnels; au-delà de communiquer, quel est votre objectif?
4. Définir les **objectifs** de communication qui peuvent être : informer, influencer une attitude ou changer un comportement.
5. Déterminer les **stratégies** et les moyens. C'est la dernière étape!
6. Mesurer les **résultats**; ce qui se mesure peut s'améliorer.

Conditions requises pour la prise en charge des requêtes

Afin de pouvoir être pris en charge par l'un de nos professionnels, votre projet doit répondre à certains critères.

Les requêtes doivent respecter les conditions suivantes afin d'être prises en charge :

- Approbation par le directeur ou un gestionnaire autorisé par celui-ci;
- Relié à une priorité de la direction;
- Répondre à des enjeux clairs;
- Être financées adéquatement, si requis;
- Recevoir un soutien de la part du personnel de la direction pour l'exécution, si requis.

Rôle et responsabilité des directions

Ce que le Service des communications et des affaires publiques prend en charge :

- La planification des actions de communication (plans de communication ou plans d'action);
- La coordination et l'exécution des plans de communication :
 - La planification, la conception et la réalisation d'outils graphiques : imprimés ou numériques;
 - La rédaction de nouvelles organisationnelles et de publications pour les médias sociaux.

Certains services ne sont pas offerts :

- Tâches de nature administrative;
- Production de vidéo maison et montage;
- Prise de photos;
- Prêt d'équipement électronique et de bannières;
- Contact avec les fournisseurs pour obtenir des soumissions.

Ce que doit assumer la direction cliente :

- Les sources financières.

Plus précisément, ce qui peut être pris en charge

- Création de plans de communication, de plans d'action et de recommandations de cascades de communication;
- Rédaction d'articles et de publications pour nos canaux organisationnels (médias sociaux, intranet, sites Web, cyberlettres);
- Création d'outils graphiques (feuillettes, dépliants, affiches, bannières, etc.);
- Soutien à la création de messages clés pour un public ciblé;
- Soutien en gestion de crise (volet communications interne et externe);
- Organisation d'événements de presse et de reconnaissance organisationnels;
- Soutien aux contributeurs intranet de toutes les directions;
- Accompagnement pour présentations devant les gestionnaires (rencontres des gestionnaires);

- Création de plans d'action et de campagnes publicitaires pour le rayonnement des directions (bons coups, parcours inspirants, promotion des services, etc.);
- Réception et rediffusion de témoignages d'utilisateurs sur nos canaux;
- Organisation de campagnes publicitaires dédiées au recrutement organisationnel après entente avec la DRHDOA (médias sociaux, médias traditionnels, cyberlettre ciblée, etc.);
- Soutien à l'organisation d'événements de recrutement (salons, portes ouvertes, etc.), en collaboration avec la Direction des ressources humaines, du développement organisationnel et de l'apprentissage;
- Rôle-conseil sur les bonnes pratiques de communication sur les médias sociaux et le rôle d'ambassadeur en termes d'attraction et de rétention;
- Rôle-conseil auprès des directions et des fournisseurs externes sur la bonne utilisation de notre marque employeur;
- Création de bilans pour mesurer la portée et le succès des initiatives de communications.

Quelques considérations

Le recrutement, un enjeu global

- L'établissement investit dans des campagnes planifiées de recrutement et pour se positionner comme employeur de choix.
- La Direction des ressources humaines, du développement organisationnel et de l'apprentissage peut vous accompagner dans vos démarches spécifiques.
- Nous vous encourageons à utiliser vos réseaux professionnels et vos plateformes sociales pour attirer des candidats. Une boîte à outils est également disponible sur intranet.

Notre image de marque, un actif précieux et fragile

- L'établissement a investi dans le développement de son image de marque.
- Il s'agit d'un actif qui se bonifie chaque fois qu'on l'expose.
- Il perd sa valeur chaque fois qu'il est transformé, déformé et mal utilisé.
- Il est interdit de dénaturer la marque employeur en créant ses propres visuels.
- Des gabarits et des modèles existent pour vos besoins et sont disponibles dans l'intranet.

L'exposition médiatique, un tremplin pour notre réputation

- Vous réalisez plus de bons coups que vous ne le pensez.
- Il est important d'informer l'équipe dédiée aux relations médias, gouvernementales et avec les partenaires si un journaliste ou un attaché politique s'intéresse à votre projet ou votre événement.
- Il est important d'avoir un message commun!
- Informez-nous de vos succès. L'équipe pourra vous accompagner dans l'exposition médiatique de ceux-ci.

