

**Société canadienne d'ophtalmologie**  
**Boîte à outils sur les relations publiques**



Gene

### **L'importance des relations publiques :**

Le rôle de l'ophtalmologiste n'a jamais été bien compris par la population canadienne, sauf par ceux qui souffrent de troubles oculaires. La campagne Voir les possibilités vise à sensibiliser les Canadiens au rôle important que jouent les ophtalmologistes dans les soins oculovisuels grâce à des soins aux patients convaincants et à des histoires d'impact diffusées au moyen d'une campagne de trois ans.

**Pourquoi les médias sont-ils importants?** Lorsqu'elle est efficace, la collaboration avec les médias constitue un outil rentable et enrichissant de promotion de la SCO, des positions sur des questions clés et de la valeur de l'ophtalmologie. Ces efforts peuvent attirer de nouveaux membres, donner accès à des intervenants et à des décideurs clés et accroître la visibilité de l'ensemble de la profession.

La **représentation dans les médias** est une façon d'influencer les décideurs par l'entremise des médias qui leur importent, comme les journaux, la radio, les blogues, etc. Elle ne consiste pas seulement à faire connaître à la presse votre nom ou celui de votre organisation. Il s'agit d'attirer l'attention de la presse sur votre enjeu d'une manière qui suscite une nouvelle réflexion ou une réflexion différente parmi les décideurs cibles.

### **Aperçu des processus médiatiques et pratiques exemplaires**

Le projet Colony est une agence de relations publiques qui travaille avec la SCO depuis trois ans. Dans le cadre du partenariat entre Colony et la SCO, l'organisme gère toutes les activités de relations avec les médias et de sensibilisation. Si un représentant des médias vous demande directement une entrevue ou une déclaration sur un sujet donné, communiquez avec Joel Baglole et l'équipe des communications de la SCO. Joel peut vous mettre en contact avec Colony, qui vous aidera à gérer les détails de la demande d'entrevue, à vous assurer que vous êtes prêt et à l'aise avec les messages clés avant l'entrevue, et aussi à surveiller l'article ou l'entrevue dans les nouvelles une fois la couverture diffusée.

### **Coordonnées pour le projet Colony :**

Directrice principale des comptes : Jessica Greasley, [jessica.greasley@colonyproject.com](mailto:jessica.greasley@colonyproject.com) ou (416) 909-0871

Gestionnaire principale des comptes : Candace Beres, [candace.beres@colonyproject.com](mailto:candace.beres@colonyproject.com) ou 905-536-0311

Chargée principale des comptes : Kristi Iannuzzi, [kristi.iannuzzi@colonyproject.com](mailto:kristi.iannuzzi@colonyproject.com) ou (289) 242-1024

- **À quoi s'attendre d'une entrevue :**

- Les entrevues avec les médias se font souvent par téléphone, mais il y a parfois des occasions d'entrevues en studio.
- Avant l'entrevue, Colony travaille avec l'intervieweur pour demander des exemples de questions qui seront posées pendant l'entrevue afin de faciliter la préparation.
- Lorsque vous répondez aux questions des médias, attendez-vous à être concis dans vos réponses, car les journalistes sont occupés et n'ont souvent que 5 à 10 minutes pour obtenir quelques extraits sonores qu'ils utiliseront dans leur article.

- Les journalistes sont des écrivains qui ont besoin d'un sujet sur lequel écrire, souvent pour faire du monde un endroit meilleur, et ils arrivent donc à la table avec leur propre idée de la façon dont l'histoire se déroulera. Par conséquent, certains journalistes peuvent chercher le conflit dans l'article, même si c'est parfois malhonnête et idéaliste.
- **Ce qu'il faut se rappeler pendant une entrevue :**
  - Les entrevues avec les médias visent à faire mieux connaître la pratique de l'ophtalmologie et la Société canadienne d'ophtalmologie.
  - Avant l'entrevue, Colony fournira un document d'information aux médias qui présente les détails de l'entrevue, de l'information sur l'organe de presse et des questions et réponses possibles. Il est recommandé de garder le document d'information à portée de la main pendant l'entrevue afin de pouvoir consulter facilement les messages clés et d'autres renseignements pertinents.
  - Dans la mesure du possible, faire référence aux messages clés et établir des liens avec eux pendant les discussions avec les journalistes et les personnes-ressources des médias.
  - Traitez toute entrevue comme une conversation naturelle. Soyez vous-même et soyez à l'aise - vous êtes l'expert! Le journaliste prend le temps de vous parler parce que vous savez quelque chose qui l'intéresse.
  -

## **VEUILLEZ CONSULTER À L'ANNEXE un exemple de document d'information aux médias**

### **Narration 101**

Les processus de communication stratégique permettent d'établir des relations mutuellement avantageuses entre les organisations et leur public. En générant une publicité positive pour votre sujet, vous rehaussez positivement la réputation et suscitez un engouement local. Voici quelques-uns des ingrédients clés qui sont des éléments importants d'un article pour intéresser les médias à couvrir votre événement.

- Ingrédients clés :
  - Éléments visuels intéressants
  - Nouvelle innovation/nouvelles
  - Perspective locale/intérêt humain
  - Citations colorées et porte-parole engagés
  - Interaction et mobilisation
  - Contenu unique

**Comment raconter votre histoire :** Si vous avez une idée d'article convaincante qui, selon vous, pourrait trouver un écho auprès de vos médias locaux, l'équipe Colony et SCO serait heureuse de vous soutenir et de faire connaître l'histoire. Par exemple, avez-vous un patient qui s'est rétabli d'une façon remarquable ou participez-vous à une étude révolutionnaire sur une maladie oculaire? N'hésitez pas à communiquer avec Joel Baglolle et l'équipe de la SCO à [communications@cos-sco.ca](mailto:communications@cos-sco.ca), ainsi qu'avec

Kristi Iannuzzi à [Kristi.Iannuzzi@colonyproject.com](mailto:Kristi.Iannuzzi@colonyproject.com), afin que vous puissiez travailler ensemble pour donner vie à votre vision.

## **Outils médias**

**Communiqué** Le communiqué est la méthode la plus courante pour attirer l'attention des médias sur une nouvelle. L'aspect le plus important d'un communiqué, c'est le premier paragraphe, qui doit contenir les éléments essentiels. Il sert à deux fins : 1.) présenter les faits les plus importants et 2.) attirer l'attention des lecteurs, afin qu'ils veuillent en savoir davantage. Il devrait également intégrer les 5 Q de l'histoire : Qui? Quoi? Pourquoi? Quand? À Quel endroit?

**Lettre de présentation aux médias** Une lettre de « présentation » aux médias est une idée d'article suggérée qui est soumise par courriel à des journalistes en particulier. Elle donne au journaliste une idée d'une histoire qu'il pourrait écrire. Si les journalistes aiment l'idée et si leurs rédacteurs l'approuvent, ils écrivent ensuite un article pour leur média en se basant sur la suggestion. Les présentations ont tendance à être plus courtes et plus informelles que les communiqués.

**VEUILLEZ CONSULTER À L'ANNEXE un exemple de lettre de présentation aux médias.**

## **Devenir médecin porte-parole de la SCO auprès des médias**

Les médias ont besoin d'experts pour présenter un aperçu éclairé des nouvelles. Tous les jours, les journaux, les chaînes de radio et de télévision communiquent avec l'équipe des communications de la SCO pour demander à un médecin de formuler des commentaires d'expert sur le programme des nouvelles sur la santé de la journée. En devenant l'un de nos porte-parole, vous pouvez aider à rehausser le profil de la SCO, de votre association provinciale ou surspécialité, et vous contribuez également à faire en sorte que la représentation de votre domaine présentée au public soit fidèle.

Si vous souhaitez en apprendre davantage sur la façon de devenir un médecin spécialiste des médias de la SCO, veuillez communiquer avec : Joel Baglole, gestionnaire, Communications et Affaires publiques : tél. : 613.729.6779, poste 236; courriel : [communications@cos-sco.ca](mailto:communications@cos-sco.ca).

## **Messages clés : Société canadienne d'ophtalmologie**

Les messages clés sont les messages de base que vous voulez que votre public cible entende et se rappelle. Ils donnent un sens et mettent en évidence les questions dont vous voulez discuter. Ils vous permettent de contrôler les communications, d'améliorer les relations avec vos publics cibles et constituent une caractéristique importante d'une campagne. Si vous souhaitez répéter ou mettre en pratique ces messages, l'équipe Colony sera heureuse d'en discuter davantage.

1. **Les ophtalmologistes se spécialisent dans les soins oculovisuels et visuels et sont les seuls professionnels des soins oculovisuels qui sont médecins.**

- a. Contrairement aux optométristes et aux opticiens, les ophtalmologistes doivent obtenir un diplôme de premier cycle d'un programme spécialisé de quatre ans, faire quatre ans de faculté de médecine et cinq ans de résidence en ophtalmologie, apprendre à traiter des maladies oculaires médicales et chirurgicales.
  - b. Les ophtalmologistes diagnostiquent et traitent toutes les maladies oculaires, effectuent des interventions chirurgicales et prescrivent des lunettes et des lentilles cornéennes ajustées pour corriger les problèmes de vision. Les ophtalmologistes peuvent aussi diagnostiquer et traiter le glaucome, pratiquer des chirurgies de la cataracte et de la rétine et atténuer les dommages causés par la dégénérescence maculaire.
  - c. Les ophtalmologistes sont les « quarts-arrières » médicaux de l'équipe de santé oculovisuelle. Ils travaillent en collaboration avec les autres O des yeux (opticiens et optométristes) et d'autres médecins spécialistes pour assurer un traitement et des soins optimaux aux patients.
  - d. Les ophtalmologistes sont le principal point de soins pour les urgences ou les blessures oculaires, et il y a toujours un ophtalmologiste de garde dans les hôpitaux.
  - e. Les ophtalmologistes sont l'avenir des soins oculovisuels; de nombreux ophtalmologistes participent à des recherches scientifiques sur les causes et les traitements des maladies oculaires et des troubles de la vision.
2. **La Société canadienne d'ophtalmologie (SCO) est un organisme national sans but lucratif spécialisé en médecine et l'autorité reconnue en soins oculovisuels et en soins de la vue au Canada.**
- a. La SCO s'est engagée à assurer la prestation de soins oculovisuels optimaux à tous les Canadiens en faisant la promotion de l'excellence en ophtalmologie et en fournissant des services pour appuyer ses membres dans la pratique.
  - b. À titre d'autorité nationale reconnue en soins oculovisuels et en soins de la vue au Canada, la SCO collabore avec le gouvernement, d'autres sociétés de spécialistes nationales et internationales, nos partenaires provinciaux et affiliés et d'autres professionnels des soins oculovisuels et groupes de patients pour défendre la politique de la santé au Canada dans le domaine de la santé oculovisuelle et de la santé visuelle.

### **Exemple de questions et réponses**

#### **Q : Qu'est-ce que la SCO? Que fait-elle?**

R : La Société canadienne d'ophtalmologie (SCO) est un organisme national sans but lucratif spécialisé en médecine et l'autorité reconnue en soins oculovisuels et en soins de la vue au Canada. En tant que représentante des médecins et chirurgiens oculovisuels, la SCO s'est engagée à assurer la prestation de soins oculovisuels optimaux à tous les Canadiens en faisant la promotion de l'excellence en ophtalmologie et en fournissant des services pour appuyer ses membres dans la pratique.

En tant qu'autorité nationale reconnue dans le domaine des soins oculovisuels et des soins de la vue au Canada, la SCO constate un besoin croissant d'informer les Canadiens au sujet des différents types de professionnels de la santé oculovisuelle et de la formation, de l'éducation et des compétences uniques des ophtalmologistes.

**Q : En quoi un ophtalmologiste est-il différent d'un optométriste ou d'un opticien?**

R : Les ophtalmologistes, les optométristes et les opticiens jouent chacun un rôle important dans la prestation de soins oculovisuels aux consommateurs. Les ophtalmologistes sont des médecins (médecins de l'œil) qui se spécialisent dans les soins oculovisuels et de la vue; ils sont également le principal point de soins pour les urgences ou les blessures oculaires. En tant que dirigeants médicaux, les ophtalmologistes sont le « quart-arrière » de l'équipe de santé oculovisuelle. Les autres professionnels des soins oculovisuels (optométristes et opticiens) ne sont pas médecins.

**Q : Comment puis-je savoir si je dois voir un ophtalmologiste?**

R : Tous les Canadiens devraient prendre périodiquement rendez-vous avec leur optométriste pour un examen de la vue de routine. L'optométriste que votre santé oculovisuelle inquiète vous dirigera vers un ophtalmologiste. Les ophtalmologistes sont formés pour effectuer des examens de la vue, diagnostiquer et traiter des maladies, prescrire des médicaments et pratiquer une chirurgie oculaire. Ils rédigent également des ordonnances pour des lunettes et des lentilles cornéennes. Étant donné que les ophtalmologistes sont le principal point de soins pour les urgences oculaires, il y en a toujours un de garde 24 heures sur 24, tous les jours, dans n'importe quel hôpital canadien.

**Q : Quel type de formation les ophtalmologistes doivent-ils suivre?**

R : Les ophtalmologistes doivent obtenir un diplôme universitaire spécialisé de premier cycle de quatre ans, faire quatre ans de faculté de médecine, puis cinq ans de résidence en ophtalmologie pour apprendre à traiter des maladies oculaires médicales et chirurgicales. Par la suite, de nombreux ophtalmologistes suivent une ou deux années de formation intensive pour se spécialiser dans la prise en charge de certains types de maladies oculaires.

**Q : Quelles sont les compétences que les ophtalmologistes peuvent exercer ou les interventions auxquelles ils peuvent procéder?**

R : Les ophtalmologistes diagnostiquent et traitent toutes les maladies oculaires, effectuent des chirurgies oculaires et prescrivent et ajustent des lunettes et des lentilles cornéennes pour corriger les problèmes de vision. De nombreux ophtalmologistes participent également à des recherches scientifiques sur les causes et les solutions des maladies oculaires et des troubles de la vision.

**Q : Pourquoi les taux de facturation des ophtalmologistes sont-ils tellement plus élevés que ceux des autres médecins?**

R : Les ophtalmologistes élargissent les services qu'ils offrent dans les cliniques privées afin de compenser les longues périodes d'attente pour les interventions dans les hôpitaux publics. Par conséquent, l'équipement nécessaire pour effectuer des interventions même de base coûte cher, ce qui entraîne des frais généraux élevés pour le fonctionnement et l'entretien de cliniques dotées de tout le personnel.

**Q : Combien y a-t-il d'ophtalmologistes au Canada?**

R : Plus de 900 ophtalmologistes et 200 résidents en ophtalmologie sont membres de la SCO.

## **ANNEXE**

### **Exemple de présentation médiatique**

**OBJET** : Étude du Mois de la santé visuelle : Écart entre les symptômes d'une maladie oculaire possible et la recherche de traitement

Bonjour XX,

J'espère que tout va bien. Dans le cadre d'une enquête nationale commandée par la Société canadienne d'ophtalmologie (SCO), une majorité de Canadiens présentent des symptômes de maladies oculaires possibles (59 %), mais seulement la moitié d'entre eux consultent un professionnel de la santé (54 %). En ce mois de mai, Mois de la santé visuelle, la SCO veut sensibiliser et informer les Canadiens pour qu'ils sachent qu'il importe de passer régulièrement des examens de la vue afin d'aider à détecter rapidement les principales maladies oculaires.

La détection précoce est la clé d'un traitement efficace pour préserver la vision et prévenir la perte de vision causée par des maladies oculaires courantes comme le glaucome, les cataractes, la dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA) et la rétinopathie diabétique. On a constaté que les Canadiens sont peu sensibilisés à la DMLA (51 %), qui est la principale cause de perte de vision au Canada, et à la rétinopathie diabétique (41 %), qui touche un demi-million de Canadiens. Cela est particulièrement vrai chez les milléniaux dont la sensibilisation est inférieure à la moyenne nationale et qui sont moins susceptibles de consulter un médecin (44 %) après avoir ressenti des symptômes.

**POSSIBILITÉ D'ENTREVUE** : Discutez avec un patient et un ophtalmologiste de la région de ce qu'il faut surveiller lorsqu'on détecte des maladies oculaires courantes :

- Quels sont les symptômes des maladies oculaires courantes?
- Quelles sont les maladies oculaires courantes?
- Qui est plus à risque pour ces maladies? La détection commence plus tôt que vous ne le pensez!
- Quels sont les traitements disponibles pour les maladies oculaires courantes?
- Une analyse approfondie des statistiques régionales et nationales sur les comportements canadiens en santé oculovisuelle

Veillez me faire savoir si vous souhaitez parler à un ophtalmologiste ou à un Canadien vivant avec une maladie oculaire commune pour le Mois de la santé visuelle en mai. Pour en savoir davantage et pour entendre les histoires des patients, veuillez consulter le site [voirlespossibilites.ca](http://voirlespossibilites.ca).

Cordialement,

XX

## Exemple de document d'information aux médias

### CAHIER D'INFORMATION SUR LES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS ET LES RELATIONS PUBLIQUES ENTRETIEN AVEC LA RADIO SIRIUS XM

**Organe de presse :** Sirius XM

**Animateur :** Jeff Samut

**Date :** Le mardi 9 juillet

**Heure :** 12 h 05

**Durée :** 10 minutes

**Type d'entrevue :** Entrevue en direct à la radio

**Numéro à composer :** 647-943-7649

**Approche/Sujet :** Conseils sur les soins de la vue pour le temps chaud et le ciel ensoleillé.

L'été bat son plein – il fait plus chaud, le ciel est tout ensoleillé et les jours s'allongent. Avec ce changement de saison, nous commençons souvent à penser à notre santé par l'activité physique ou l'alimentation, mais il est tout aussi important de mettre en place un plan pour protéger et améliorer la santé visuelle.

Pendant les mois d'été, il y a des problèmes de vision qui deviennent plus fréquents chez les Canadiens, comme les yeux secs, les yeux brûlés par le soleil, la styrène, l'œil du nageur et les allergies, notamment. La Société canadienne d'ophtalmologie souhaite que les Canadiens pensent à la santé oculovisuelle cet été et qu'ils se protègent contre ces maladies courantes.

Si cela vous intéresse, nous aimerions vous mettre en contact avec un ophtalmologiste local qui peut vous parler de ce sujet et vous faire part de conseils à l'intention de votre public à garder à l'esprit cet été, notamment :

- **Comment éviter l'œil sec :** Des conditions chaudes, sèches et venteuses peuvent irriter et assécher l'œil. Les Canadiens devraient envisager de porter des lunettes de soleil enveloppantes dans ces conditions pour demeurer protégés.
- **Comment éviter un « coup de soleil de l'œil » :** La plupart des gens ne le savent pas, mais les yeux sont aussi sensibles que la peau aux dommages causés par le soleil. Les Canadiens devraient toujours porter des lunettes qui offrent une protection UV à 100 % afin de se protéger contre les coups de soleil oculaires, appelés officiellement photokératite.
- **Comment prévenir « l'œil du nageur » :** Les piscines sont remplies de produits chimiques qui gardent l'eau propre, mais qui peuvent irriter les yeux. Les Canadiens peuvent garder leurs yeux et leur vision en santé en portant toujours des lunettes de natation lorsqu'ils profitent de la piscine cet été.



**Au sujet de l'intervieweur :** *Jeff Samut* est un vétéran de la radio qui a plus de 20 ans d'expérience. Animateur de Canada Now, il sillonne le pays pour parler aux Canadiens des Canadiens et des histoires qui nous touchent tous, grands et petits.

**À propos de l'organe de presse :** SiriusXM crée et offre de la musique sans publicité; des conférences et des événements sportifs de premier plan; de la comédie; des nouvelles; des émissions d'échanges et de divertissement exclusifs. SiriusXM est disponible dans les véhicules de tous les grands constructeurs d'automobiles et sur les téléphones intelligents et autres appareils connectés, ainsi qu'en ligne à [siriusxm.ca](http://siriusxm.ca).

**Aperçu de l'entrevue générale / Conseils :**

- À titre de rappel, les entrevues avec les médias visent à mieux faire connaître la Société canadienne d'ophtalmologie. Nous vous demandons de mentionner clairement et naturellement votre participation à la Société canadienne d'ophtalmologie pendant votre entrevue et lorsque vous vous adressez aux médias.
  - Par exemple : « *Grâce à mon adhésion à la Société canadienne d'ophtalmologie et à mon expérience de XX ans en ophtalmologie, je peux...* »
- Gardez ce document d'information à portée de la main pendant votre entrevue afin de pouvoir mentionner facilement les messages clés et d'autres renseignements pertinents.
- Dans la mesure du possible, mentionnez vos messages clés et établissez des liens avec eux pendant vos discussions avec les journalistes et les personnes-ressources des médias.
- Traitez toute entrevue comme une conversation naturelle. Soyez vous-même et soyez à l'aise - vous êtes l'expert! Le journaliste prend le temps de vous parler parce que vous savez quelque chose qui l'intéresse.

*Le document d'information à l'intention des médias comprendra également des messages clés.*