

FICHE D'INFORMATION

Campagne d'information sur les directives médicales anticipées (DMA) — 2016

CONTEXTE

La présente campagne d'information sur les directives médicales anticipées (DMA) s'inscrit en continuité avec celle déployée du 29 février au 27 mars 2016 et ayant comme objectif d'informer la population sur la Loi concernant les soins de fin de vie. Considérant la complexité, le caractère sensible de la Loi et l'évolution du dossier, une stratégie de communication en deux phases était toute indiquée : une première phase pour informer, de manière générale, la population sur la Loi, et une deuxième, pour informer sur les directives médicales anticipées.

Directives médicales anticipées

Les directives médicales anticipées sont une forme d'expression des volontés en prévision de l'incapacité à consentir à des soins qui découlent de la Loi concernant les soins de fin de vie.

Les DMA consistent en un écrit qui permet à une personne majeure et apte à consentir à des soins d'indiquer à l'avance les soins médicaux précis qu'elle accepte ou qu'elle refuse de recevoir dans le cas où elle deviendrait inapte à consentir à des soins dans des situations cliniques précises.

La Loi concernant les soins de fin de vie n'oblige pas une personne à exprimer ses directives médicales anticipées. En effet, il est de sa responsabilité de décider si elle souhaite exprimer officiellement ses volontés de cette manière. Pour ce faire, la personne doit se procurer le formulaire *Directives médicales anticipées en cas d'incapacité à consentir à des soins*. Le formulaire doit être rempli par une personne majeure et apte à consentir aux soins et être signé par deux témoins.

Ensuite, la personne doit le rendre accessible, soit en :

- le transmettant par la poste à la Régie de l'assurance maladie (RAMQ) pour qu'il soit déposé dans le Registre des directives médicales anticipées;
- remettant à un professionnel de la santé pour qu'il soit déposé dans son dossier médical.

Une personne peut aussi exprimer ses directives médicales anticipées en cas d'incapacité à consentir à des soins chez un notaire, soit en rédigeant un acte notarié. À votre demande, le notaire transmettra l'acte notarié à la RAMQ pour qu'il soit déposé dans le Registre des directives médicales anticipées.

En tout temps, il est possible de modifier et de révoquer ses volontés exprimées dans ses directives médicales anticipées.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

La stratégie média déployée permettra d'informer la population québécoise de l'existence des DMA. Une combinaison Web et imprimé sera mise de l'avant.

Par ces moyens de communication, la population sera invitée à consulter le Portail santé mieux-être pour obtenir plus de renseignements sur le sujet et sur la démarche à suivre pour formuler ses DMA.

Le début de la campagne coïncidera avec l'entrée en vigueur du Registre des directives médicales anticipées, mis en place par la RAMQ.

MESSAGE

« Votre vie, vos volontés, vos directives médicales anticipées »

CLIENTÈLE VISÉE

Toute la population adulte québécoise, avec un accent auprès des personnes de 50 ans et plus

OBJECTIFS

Objectif de communication :

- Faire connaître l'existence des DMA, leurs avantages et inciter les gens à s'informer sur le sujet.

Objectif mesurable lié à la compréhension :

- 80 % des personnes exposées aux pièces publicitaires de la campagne seront en mesure d'identifier la nature et le rôle des DMA.

MOYENS RETENUS

IMPRIMÉ

Deux publicités ½ page, en noir et blanc, diffusées dans tous les quotidiens du Québec, dans certains hebdomadaires et dans certains journaux communautaires (2 parutions)

Quotidiens : *La Presse, Le Journal de Montréal, Le Devoir, Journal Métro, 24 h, Montréal Gazette, Le Soleil, Le Journal de Québec, Le Nouvelliste, Le Droit, La Tribune, Le Progrès Dimanche, La Voix de l'Est*

Hebdomadaires : *Le Lac St-Jean, L'Avant-Poste, Le Bulletin, Le Havre, La Sentinelle, Le Progrès de Coaticook, Nouvelles-Hebdo, Journal Haute Côte-Nord Ouest, Le Pharillon, La Revue, Citoyen Abitibi-Ouest, Écho de La Tuque, Écho de Frontenac, La Gatineau, L'Avantage Gaspésien, The Gaspé Spec, Le Nord Côtier, Information du Nord (L'Annonciation et Mont-Tremblant), Le Sherbrooke Express, La Petite Nation, Hebdo St-Maurice, Citoyen de la Vallée de l'Or, Reflet Témiscamien, L'Étincelle*

Période de diffusion : du 13 juin au 10 juillet 2016

INTERNET

Placement Web

Une capsule vidéo, d'une durée de 43 secondes, sera diffusée sur You Tube, en format *pre-roll*.

Période de diffusion : du 13 juin au 10 juillet 2016

La Presse+

La capsule vidéo se retrouvera aussi dans La Presse+, aux sections Actualité et Pause santé.
Dates de diffusion : 13, 21 et 30 juin, 5 juillet 2016

Bannières Web

Des sites Web populaires auprès des adultes québécois accueilleront aussi deux bannières Web animées, au thème de la campagne.

Période de diffusion : du 13 juin au 10 juillet 2016

Sites Web : sites du réseau Google Display Network

Achat de mots-clés liés à la thématique

Ces mots-clés dirigeront les internautes québécois vers le Portail santé mieux-être du gouvernement (www.sante.gouv.qc.ca). Toutes les informations pertinentes liées aux DMA sont disponibles dans ce site Web. On y trouve, par exemple, la description, les situations cliniques et les soins visés ainsi que la démarche à suivre pour remplir ses DMA.

DURÉE

Du 13 juin au 10 juillet 2016

FIRME DE COMMUNICATION

Ig2

STRATÉGIE DE RELATIONS PUBLIQUES

Un communiqué de presse du ministre de la Santé et des Services sociaux, monsieur Gaétan Barrette, sera diffusé le mercredi 15 juin 2016, afin d'annoncer la mise en place du Registre des directives médicales anticipées ainsi que la campagne d'information sur les DMA.

À la suite de la diffusion du communiqué de presse national, des entrevues pourront être accordées si la demande se présente.

Volet régional

Les CISSS et CIUSSS sont invités à utiliser le communiqué de presse national afin d'en décliner une version plus régionale ou relayer le communiqué du MSSS à leurs médias régionaux, afin de véhiculer les messages de la campagne. Les CISSS et CIUSSS pourront également proposer à leurs médias locaux et régionaux des entrevues avec leur porte-parole régional s'ils le désirent.

*Mélanie Leclerc
Direction des communications, MSSS
Version du 9 juin 2016*