



Cancer Colorectal Canada

Le Code de conduite sur le financement corporatif

Le **Code de conduite sur le financement corporatif de Cancer Colorectal Canada** (le Code) est une politique adoptée par Cancer Colorectal Canada (l'Association) qui s'applique à ses relations financières avec des entités commerciales. Le Code a pour objet de réduire les risques de conflits d'intérêts réels, potentiels ou apparents qui peuvent survenir lorsque l'Association accepte un soutien financier de la part d'une entreprise.

DÉFINITIONS

Les définitions suivantes s'appliquent aux termes utilisés:

- « Association » renvoie à Cancer Colorectal Canada, y compris les membres de son conseil d'administration lorsqu'ils agissent au nom de l'Association et ses agents agréés.
- « Entreprise » renvoie à une entité commerciale, y compris ses agents, qui accorde ou souhaite accorder du financement à l'Association.
- « Financement » renvoie à chacune des cinq catégories de soutien financier exposées dans la section sur les politiques.

PRINCIPES DIRECTEURS

Le Code de conduite sur le financement corporatif de Cancer Colorectal Canada repose sur les principes directeurs suivants :

- Intérêts des patients – Toutes les activités de l'Association sont menées dans l'intérêt supérieur des patients et des aidants.
- Intégrité et rigueur – L'Association remplit son mandat de manière à satisfaire à un examen public.
- Respect– L'Association respecte les politiques en matière de relations propres à l'entreprise avec laquelle elle fait affaire.
- Impartialité et transparence– L'Association s'assure d'être impartiale et objective et veille à ce que ses décisions en matière de soutien corporatif soient prises en fonction de

leur bien-fondé. L'Association est aussi ouverte que possible dans toutes les mesures qu'elle prend et les conseils qu'elle prodigue.

- Responsabilité– L'Association s'engage à se conformer au Code et à veiller à ce que toute entité avec laquelle elle fait affaire le connaisse.

POLITIQUES

Un conflit d'intérêts peut survenir dans une relation lorsqu'une partie est en mesure d'exercer une pression indue sur l'autre. Les politiques suivantes ont été élaborées de sorte que les relations entre l'Association et les entreprises donatrices soient de nature éthique et transparente et qu'elles véhiculent une image positive de l'Association et des entreprises qui la soutiennent.

1. CATÉGORIES DE FINANCEMENT

Le Code détermine cinq catégories de financement.

1.1 Financement de projets – lorsque l'Association collabore avec une entreprise à la réalisation d'un projet d'intérêt mutuel, les conditions suivantes s'appliquent :

- l'Association détient le contrôle éditorial de l'ensemble du matériel produit découlant du projet;
- le commanditaire est identifié conformément à ses politiques, sous la gouverne des politiques de l'Association;
- l'Association n'endosse pas de produits ou de services spécifiques ni n'en fait la promotion;
- l'Association et l'entreprise peuvent toutes deux tirer profit de leur collaboration.

1.2 Commandite – lorsqu'une entreprise finance une activité spécifique, par exemple une rencontre externe ou un bulletin d'information, les règles suivantes s'appliquent :

- l'entreprise n'est aucunement impliquée dans la conception ou l'organisation de l'activité bénéficiaire du financement;
- l'Association détient le contrôle éditorial de l'ensemble du matériel produit et du programme de la rencontre; le choix des participants est à sa seule discrétion;

- l'Association n'endosse pas de produits ou de services de l'entreprise ni n'en fait la promotion;
- le commanditaire est identifié conformément aux principes de transparence de l'Association;
- l'Association et l'entreprise peuvent toutes deux tirer profit de leur collaboration.

1.3 Dons sans restrictions – Ce type de dons répond à l'ensemble des critères suivants :

- l'entreprise n'est pas impliquée dans le projet qui fait l'objet du don;
- la provenance du don est reconnue; toutefois, le logo de l'entreprise n'est pas utilisé;
- le libellé et l'emplacement de la reconnaissance du commanditaire sont à la seule discrétion de l'Association.

1.4 Dons financiers et soutien en nature – L'Association peut se voir offrir de tels types de dons.

L'Association fait mention du nom du donateur corporatif sur son site Web ou dans son rapport annuel lorsque le montant du don représente plus de dix pourcent du total des revenus annuels de l'Association. Le montant total du don inclut tout soutien en nature d'une valeur de plus de 1 000 \$.

1.5 Soutien d'activités de recherche

- Le soutien financier de projets de recherche peut être octroyé par une entreprise qui en confie l'administration à l'Association. Il peut alors être considéré comme un don sans restrictions ou comme un financement de projet et leurs conditions respectives s'appliquent.
- L'entreprise ne peut avoir de représentant au sein du comité directeur du projet et le choix de la société de recherche, le concept du projet et la publication des résultats sont à la seule discrétion de l'Association.
- Le ou les commanditaires de chacun des projets de recherche sont mentionnés lors de la présentation et de la publication des résultats.

2. POLITIQUES DE L'ASSOCIATION

L'Association respecte les politiques suivantes lorsqu'elle accepte un financement de projet, une commandite, un don ou un soutien de la part d'une entreprise:

[Le Code de conduite sur le financement corporatif de Cancer Colorectal Canada 2018](#)

2.1 Avant d'accepter du financement de la part d'une entreprise, le conseil ou la direction de l'Association doit exercer toute la diligence voulue pour s'assurer que:

- tout porte à croire que le don, le soutien ou la commandite seront bénéfiques à l'Association ainsi qu'aux patients et aux aidants qu'elle soutient;
- le type d'entreprise, ses politiques en matière de gouvernance corporative et la qualité de sa relation avec l'Association ne soulèvent pas de questions;
- l'entreprise qui offre le don n'a pas comme activité principale de fabriquer ou de vendre des produits du tabac et son financement ne provient pas essentiellement du commerce du tabac.

2.2 L'Association conserve sa liberté d'action en tout temps.

- Le contenu des communications de l'Association, par exemple les commentaires de patients sur des médicaments, les commentaires en matière de politiques, l'information destinée aux patients, aux aidants et au grand public, les bulletins d'information ou les présentations doivent être entièrement réalisés par l'Association.
- Les commentaires relatifs à l'évaluation d'un médicament ou les avis sur une politique en matière de santé ne sont pas dévoilés aux commanditaires ou révisés par ces derniers avant leur publication.
- L'Association n'endosse pas de produits ou de services spécifiques ni n'en fait la promotion en mentionnant le nom d'une marque. Les activités de défense des intérêts des patients, par exemple les commentaires relatifs à l'évaluation de médicaments ou les représentations au gouvernement en vue d'obtenir le remboursement d'un traitement, ne sont pas considérées comme de la promotion parce qu'elles visent à améliorer l'accès à un traitement et non à ce que ce traitement soit prescrit. De même, transmettre des informations éducatives sur différentes options de traitement n'est pas considéré comme faire de la promotion.

2.3 L'Association maintient des relations mutuellement respectueuses et transparentes.

- L'Association signe avec toutes les entreprises un accord écrit qui établit les contributions et les responsabilités de chacune des parties. L'entreprise et l'Association doivent s'engager à respecter l'une et l'autre leur code de conduite respectif.
- Le soutien de l'entreprise est mentionné de manière appropriée et transparente.

2.4 L'Association limite toute influence de manière proactive.

L'Association doit tenter, dans la mesure du possible, de diversifier ses sources de financement; elle ne doit permettre à aucun partenaire corporatif spécifique de faire des contributions

représentant plus de 50 pourcent de la totalité de ses revenus annuels (y compris la valeur des dons en nature) ou de ceux de l'entreprise.

3. POLITIQUES POUR LES ENTREPRISES

L'Association ne s'implique ou ne demeure impliquée dans aucun don, commandite ou projet conjoint qui pourrait nuire à sa réputation ou disséminer des informations fausses ou biaisées. Par conséquent, lorsqu'une entreprise collabore avec l'Association, on s'attend à ce qu'elle suive les directives suivantes:

3.1 L'Association doit être consultée dès que son nom est utilisé, peu importe le moment ou l'endroit. Une autorisation écrite doit être obtenue pour tout texte faisant référence à une action de l'Association qui est soutenue par l'entreprise.

3.2 Le logo de l'Association ne peut être utilisé sans une autorisation écrite expresse.

3.3 Aucun communiqué de presse qui fait référence à l'Association ne peut être publié sans approbation écrite préalable. De même, des suggestions de citations peuvent être préparées, mais elles doivent faire l'objet d'une approbation écrite de l'Association.

3.4 L'Association se réserve un droit de veto sur l'ensemble du matériel produit dans le cadre d'un projet.