

Plan stratégique du CCPP

2026-2028

Rapport

Planification stratégique : 16 et 17 octobre 2025

Lieu : Hôtel Sheraton Gateway

Dernière révision : 3 décembre 2025

Table des matières

Sommaire exécutif.....	p. 2
Le plan stratégique.....	p. 4
Priorités et objectifs d'appui.....	p. 5
Objectif stratégique 1.....	p. 5
Objectif stratégique 2.....	p. 8
Objectif stratégique 3.....	p. 11
Objectif stratégique 4.....	p. 13
Résumé du plan stratégique.....	p. 14

Sommaire exécutif

Le Conseil consultatif de publicité pharmaceutique (CCPP) se trouve à un moment charnière de son évolution. Au cours des trois prochaines années, l'organisation devra naviguer dans un environnement de plus en plus complexe, défini par une transformation numérique rapide, une surveillance publique accrue et une dynamique de l'industrie en pleine mutation. Alors que la fonction fondamentale du CCPP - *garantir l'exactitude, l'équilibre et l'intégrité de la publicité sur les soins de santé* - demeure inchangée, le contexte dans lequel il opère a radicalement évolué. L'essor de l'intelligence artificielle dans le marketing, la demande croissante de transparence et de données probantes en situation réelle, ainsi que les questions persistantes sur la désinformation ont fondamentalement remodelé les attentes en matière de surveillance réglementaire. En même temps, la participation volontaire, les pressions économiques et l'intégration des systèmes de marketing mondiaux ont introduit de nouveaux défis quant à l'autorité et la pertinence du CCPP.

Ce plan stratégique répond à ces réalités en se concentrant sur quatre objectifs interdépendants qui renforcent le rôle du CCPP en tant que partenaire de confiance, tourné vers l'avenir et hautement performant dans le paysage de la communication en santé au Canada. Le premier objectif, *Positionner le CCPP en tant que partenaire stratégique*, se concentre sur l'approfondissement de la collaboration, de la confiance et de la visibilité auprès des organismes de réglementation, de l'industrie, des professionnels de la santé et des patients. En améliorant la transparence, en renforçant les relations et en élargissant ses canaux de communication, le CCPP rétablira son rôle de partenaire crédible et indispensable pour façonner la promotion éthique des soins de santé.

Le deuxième objectif, *Établir le CCPP comme un chef de file dans la surveillance de la publicité numérique et un partenaire précieux dans la gestion de la désinformation sur les produits de santé*, garantit que le CCPP conserve une longueur d'avance sur le rythme accéléré des changements numériques. La désinformation désigne des informations fausses ou inexactes qui sont diffusées, sans égard à l'intention de tromper. Grâce à l'innovation dans la pré-approbation assistée par l'IA, à la surveillance en temps réel de la désinformation publicitaire sur les produits de santé (tant de manière indépendante que par le biais de la collaboration et de partenariats avec les parties prenantes), et à la création d'un laboratoire de communication en santé numérique, le CCPP dirigera l'élaboration de normes fondées sur des données probantes qui protègent la confiance tout en soutenant l'innovation responsable. Une collaboration stratégique avec Santé Canada et des partenaires clés de l'industrie renforcera la cohérence, l'alignement et la crédibilité nationale dans la surveillance de la publicité numérique.

Le troisième objectif, *Favoriser une culture d'excellence de la performance*, se concentre sur le renforcement de la capacité interne, de la structure et de la durabilité

du CCPP. L'alignement organisationnel, des mesures de performance solides et l'investissement dans le développement et la croissance des employés garantiront que le CCPP reste résilient et adaptatif. En adoptant la transformation technologique, en peaufinant la gouvernance et en élargissant l'offre de services, le CCPP bâtira la fondation interne nécessaire pour soutenir sa crédibilité et son excellence opérationnelle.

Le quatrième objectif, *La situation financière du CCPP est durable à long terme*, maintient la santé financière de l'organisation au premier plan afin que le CCPP puisse poursuivre son important travail pour de nombreuses années à venir.

Collectivement, ces objectifs forment une feuille de route cohérente pour la modernisation et la pertinence à long terme du CCPP. Ce plan positionne le CCPP non seulement comme une autorité de réglementation, mais aussi comme un chef de file collaboratif au carrefour de la communication sur les produits de santé, de la confiance et de l'innovation. Grâce à des partenariats solides, à une préparation numérique et à un engagement envers l'excellence de la performance, le CCPP continuera de faire respecter ses valeurs fondamentales tout en évoluant pour répondre aux attentes d'un environnement de communication en santé en évolution rapide.

Le plan stratégique (2026-2028)

Objectifs stratégiques		Le CCPP est reconnu comme un partenaire stratégique pour la publicité liée aux soins de santé	Le CCPP est un chef de file en matière de surveillance de la publicité numérique et un collaborateur et partenaire de valeur dans la gestion de la désinformation sur les produits de santé	Le CCPP favorise une culture d'excellence du rendement	La position financière du CCPP est viable à long terme
Objectifs stratégiques	1	Mobilisation structurée des parties prenantes	Innovation et développement des systèmes	Réalignement organisationnel	Atteindre la viabilité opérationnelle
	2	Gestion des relations	Surveillance de la désinformation sur les produits de santé (de façon indépendante et par la collaboration et les partenariats avec les parties prenantes)	Amélioration des processus et responsabilisation	Diversifier les sources de revenus
	3	Initiative de la campagne de confiance	Éducation et renforcement des capacités	Développement et croissance des employés	Renforcer la résilience financière
	4		Défense des intérêts et leadership éclairé	Élargissement de l'offre de services	Appréciation du capital d'investissement grâce à une combinaison d'actifs alignée sur les besoins de liquidité du CCPP et sa tolérance aux retraits

REMARQUE : La désinformation désigne des informations fausses ou inexactes qui sont diffusées, sans égard à l'intention de tromper.

Priorités et objectifs d'appui

Aperçu du plan stratégique

Cette section décrit plus en détail les priorités et l'orientation du CCPP pour 2026-2028. Elle reflète une analyse environnementale approfondie, la contribution des parties prenantes et une réflexion interne sur le rôle en évolution du CCPP dans le paysage canadien des communications en santé. Ce rapport répond à la fois aux pressions externes - telles que la transformation numérique, la désinformation et la dynamique changeante de l'industrie - et aux opportunités internes de renforcer la capacité organisationnelle, la collaboration et la confiance. Ensemble, ces stratégies et priorités forment une feuille de route pour s'assurer que le CCPP continue de servir d'autorité crédible et tournée vers l'avenir en matière de publicité éthique sur les soins de santé.

Orientation et objectifs stratégiques

S'appuyant sur cette fondation, les sections suivantes décrivent l'orientation stratégique du CCPP pour les trois prochaines années. Chaque objectif est soutenu par des priorités ciblées conçues pour renforcer la collaboration, améliorer l'intégrité numérique et bâtir l'excellence organisationnelle - garantissant que le CCPP demeure un chef de file de confiance et résilient dans l'environnement des communications en santé en pleine évolution au Canada. ***Certaines priorités stratégiques apparaissent sous plus d'un objectif stratégique, car elles contribuent à chaque objectif de manière distincte.*** Bien que ces priorités soient répétées, leur pertinence diffère selon le contexte de l'objectif qu'elles soutiennent.

Objectif stratégique 1

Le CCPP est reconnu comme un partenaire stratégique pour la publicité liée aux soins de santé.

Orientation : Collaboration, confiance, visibilité et influence.

Intention : Renforcer la position du CCPP en tant qu'autorité de confiance, collaborative et visible dans l'ensemble de l'environnement des communications en santé.

L'influence du CCPP dépend de sa capacité à être perçue non seulement comme un organisme de réglementation, mais aussi comme un partenaire proactif, orienté vers les solutions, qui apporte de la valeur à toutes les parties prenantes de l'écosystème de la publicité sur les soins de santé. À mesure que le paysage évolue - avec une désinformation croissante, une complexité numérique et une fragmentation de l'industrie dans les approches en matière de conformité réglementaire - le CCPP doit renforcer ses relations de collaboration et accroître sa visibilité auprès des parties prenantes. Cet objectif vise à approfondir la confiance, à améliorer la transparence et à positionner le

CCPP comme un partenaire stratégique précieux pour les organismes de réglementation, les chefs de file de l'industrie et les patients.

Priorité stratégique 1.1 : Mobilisation structurée des parties prenantes

Afin de formaliser les partenariats du CCPP et de créer une cohérence dans ses interactions avec les parties prenantes, un *cadre de partenariat stratégique* sera élaboré. Ce cadre définira la manière dont le CCPP s'engage auprès des organismes de réglementation, des fabricants, des professionnels de la santé et des groupes de patients - en assurant une communication bidirectionnelle et une consultation significative.

Dans ce cadre, le CCPP modernisera les communications avec les clients (fabricants) grâce à des améliorations dans les données de balisage, à l'Indice d'expérience client (CEI) et au partage accru des données de soumission – tant au niveau individuel que global – par rapport aux références de l'industrie.

La collaboration avec Santé Canada sera renforcée par un protocole d'entente (PE), clarifiant les rôles respectifs et améliorant la coordination sur les questions de conformité et de publicité trompeuse. Le CCPP plaidera également pour le rétablissement de la réunion annuelle de Santé Canada avec les organismes de pré-approbation tels que Normes de la publicité afin de promouvoir la cohérence et le partage d'informations à l'échelle du secteur. Au-delà de la Direction des produits de santé commercialisés (DPSC), le CCPP cherchera à renforcer ses relations avec d'autres organismes de réglementation (y compris le Bureau de la concurrence) pour améliorer l'alignement inter-agences sur les normes promotionnelles, les pratiques de marketing trompeuses et les priorités d'application de la loi. Ces efforts visent à favoriser un environnement réglementaire plus intégré qui soutient la transparence, la confiance et la conformité à l'échelle du secteur.

Le CCPP renforcera également ses relations avec les associations de l'industrie, y compris, mais sans s'y limiter, Médicaments novateurs Canada (MNC) et BIOTECanada, en luttant conjointement contre la désinformation sur les produits de santé et en renforçant la valeur du CCPP en tant que partenaire de confiance.

Enfin, les partenariats avec les agences de publicité, y compris les Agences canadiennes de communication en soins de santé, s'élargiront pour codévelopper des directives sur des sujets tels que l'adaptation de campagnes mondiales, l'interprétation des images et la conformité numérique - garantissant la clarté et l'alignement dans les contextes national et international.

Priorité stratégique 1.2 : Gestion des relations

Une fois le cadre de partenariat stratégique en place, le CCPP l'opérationnalisera par le biais d'un dialogue structuré, de mécanismes de rétroaction et d'un suivi des résultats mesurables. Une *fonction de liaison avec les parties prenantes* sera introduite pour diriger l'exécution du cadre, en veillant à ce que la proposition de valeur du CCPP soit clairement communiquée et que son rôle dans l'atténuation des risques soit bien compris par tous les publics.

De plus, le CCPP établira une *Revue annuelle des services aux clients* pour comprendre de manière proactive les pressions évolutives auxquelles sont confrontés les clients - y compris les défis d'alignement mondial, les contraintes financières et les réalités opérationnelles. Les informations issues de ce processus éclaireront les améliorations continues des services, promouvront la collaboration et garantiront que le CCPP demeure réactif et pertinent face aux besoins des parties prenantes.

Priorité stratégique 1.3 : Initiative de la campagne de confiance

Pour marquer son 50^e anniversaire, le CCPP lancera une campagne de confiance qui mettra en évidence son indépendance, son intégrité et sa contribution historique à la confiance dans la publicité sur les soins de santé. Cette initiative renforcera la sensibilisation des parties prenantes au rôle du CCPP et consolidera l'association entre la marque du CCPP et la confiance dans les communications en santé.

Grâce à une narration réfléchie et une visibilité sur les canaux médiatiques, cette campagne présentera à nouveau le CCPP à son public principal ainsi qu'à ses parties prenantes plus larges en tant qu'autorité crédible et tournée vers l'avenir, engagée à garantir une communication en santé véridique, éthique et transparente dans le paysage de l'information en pleine évolution au Canada.

Objectif stratégique 2

Le CCPP est un chef de file dans la surveillance de la publicité numérique et un collaborateur et partenaire précieux dans la gestion de la désinformation sur les produits de santé.

Orientation : Innovation éthique, intégrité numérique et réponse proactive à la désinformation dans la publicité sur les produits de santé.

Intention : Positionner le CCPP comme la principale autorité au Canada en matière d'intégrité des communications sur les produits de santé et comme un collaborateur et partenaire précieux dans la gestion de la désinformation au sein du paysage numérique en évolution.

La transformation numérique remodèle rapidement l'environnement des communications en santé. L'intelligence artificielle, les médias sociaux et l'engagement en temps réel ont créé de nouvelles opportunités d'éducation et de connexion - mais aussi de nouveaux risques de désinformation, de manipulation des données et de perte de confiance. Pour demeurer crédible et pertinent, le CCPP doit faire figure de proue dans la définition des normes éthiques et réglementaires qui régissent la publicité numérique sur la santé. Cet objectif vise à établir le CCPP comme un chef de file de confiance en matière d'intégrité numérique, en veillant à ce que l'innovation et l'éthique évoluent de pair pour protéger les Canadiens contre les informations trompeuses ou dangereuses.

Priorité stratégique 2.1 : Innovation et développement de systèmes

Le CCPP fera progresser le développement de sa plateforme de pré-approbation assistée par l'IA afin d'améliorer la rapidité, l'exactitude et la cohérence des examens de publicités tout en atténuant le risque de désinformation. Ce système permettra aux examinateurs d'analyser les soumissions plus efficacement tout en maintenant la rigueur scientifique qui sous-tend la crédibilité du CCPP.

En complément, le CCPP établira un Laboratoire de communication en santé numérique — un forum multidisciplinaire réunissant des experts en IA, en médias sociaux, en éthique numérique et en communication en santé. Le Laboratoire servira à la fois de pôle d'innovation et de comité consultatif d'experts externes facilité par le CCPP. Il identifiera les risques et opportunités émergents, testera de nouveaux modèles d'examen et formulera des recommandations fondées sur des données probantes pour guider l'industrie et les partenaires réglementaires. De plus, le Laboratoire aidera le CCPP à anticiper les futures tendances publicitaires et à façonner les politiques, les procédures et les services pour garantir que l'organisation demeure pertinente et réactive au paysage numérique en évolution.

Le CCPP collaborera avec les associations de l'industrie pharmaceutique et Santé Canada pour explorer le potentiel de diverses formes de mandats concernant le matériel promotionnel, y compris, mais sans s'y limiter, le dépôt obligatoire des publicités et la pré-approbation obligatoire ciblée. Cette initiative accroîtrait la cohérence nationale, renforcerait la confiance des parties prenantes et élèverait la position du Canada en tant que chef de file de la surveillance responsable des communications en santé.

Le CCPP explorera la possibilité de collaborer avec Santé Canada et d'autres parties ayant un intérêt dans la désinformation, afin de combler les lacunes en matière d'informations accessibles et vérifiées sur les produits de santé. Cette initiative vise à soutenir les professionnels de la santé, les patients et les communicateurs à la recherche de sources fiables, tout en tirant parti de la force du CCPP dans la pré-approbation de la publicité sur les produits de santé pour garantir qu'elle est véridique et non trompeuse. Cet effort souligne l'engagement du CCPP envers la transparence, l'éducation et la prise de décision éclairée, et représente une opportunité stratégique d'élargir son impact dans l'écosystème de la santé publique.

Priorité stratégique 2.2 : Surveillance de la désinformation dans la publicité sur les produits de santé

La propagation croissante de la désinformation sur les produits de santé pose des risques importants pour la santé publique et la crédibilité de l'industrie. Le CCPP collaborera et s'associera avec Santé Canada, les agences de santé publique, les établissements de recherche universitaire, les professionnels de la santé et les associations de professionnels de la santé, en vue de développer un système de surveillance et de détection en temps réel de la désinformation dans la publicité sur les produits de santé. Ce système permettra une identification proactive des tendances de contenu à haut risque et aidera à faire passer le rôle de surveillance du CCPP d'une fonction de maintien de l'ordre réactive à un partenariat proactif.

En surveillant les modèles et les sujets émergents à la fois dans les communications pharmaceutiques et dans les communications plus larges sur les produits de santé, le CCPP aidera les organismes de réglementation et les parties prenantes de l'industrie à réagir plus rapidement, à coordonner les messages et à empêcher la désinformation sur les produits de santé de s'enraciner. Cette initiative renforcera également le rôle en évolution du CCPP en tant que solutionneur de problèmes collaboratif et partenaire d'alerte précoce pour l'écosystème des communications en santé au Canada.

Priorité stratégique 2.3 : Éducation et renforcement des capacités

Le CCPP continuera d'élaborer des modules de formation axés sur la conformité au Code du CCPP, la communication éthique en santé et l'utilisation responsable

des outils numériques dans la publicité. L'éducation des fabricants de produits de santé et des agences de communication sera essentielle pour maintenir l'intégrité à l'ère numérique.

Le CCPP explorera l'élaboration de modules de formation accrédités pour les professionnels de la santé décrivant le rôle du CCPP dans la protection d'une promotion digne de confiance des produits de santé et les rôles potentiels du contenu promotionnel dans la prise de décision éclairée. Ces modules amélioreront la compréhension qu'ont les professionnels de la santé de l'influence de la publicité sur la pratique clinique tout en leur apprenant à s'engager de manière critique avec le contenu promotionnel et à participer aux efforts de collaboration du CCPP pour maintenir l'intégrité des communications en santé. Ces modules, potentiellement offerts en partenariat avec des organisations telles que le Conseil de formation pharmaceutique continue (CFPC) et l'Association médicale canadienne (AMC), soutiendront le développement professionnel.

De plus, tel que présenté à la section 2.1 ci-dessus, le CCPP travaillera avec les parties prenantes intéressées et d'autres parties pour explorer la façon de combler les lacunes dans la disponibilité des informations vérifiées sur la santé afin de soutenir les professionnels de la santé, les patients et les communicateurs à la recherche de sources fiables, en collaboration avec Santé Canada. Cela démontrera le rôle du CCPP en tant qu'organisme de pré-approbation pour la publicité pharmaceutique tout en renforçant son engagement envers la transparence, l'éducation et la prise de décision éclairée.

Priorité stratégique 2.4 : Défense des intérêts et leadership éclairé

Le CCPP rehaussera son profil de leadership par une défense active des intérêts et un partage des connaissances sur la publicité éthique en santé. En travaillant avec les associations de l'industrie (p. ex., MNC et BIOTECanada), l'AMC, Santé Canada et des partenaires universitaires, le CCPP publiera des articles d'opinion, des études de cas et des analyses portant sur l'éthique numérique, les tendances de la désinformation dans la publicité sur les produits de santé et les meilleures pratiques de l'industrie. Ces publications établiront le CCPP comme une voix faisant autorité au sein des forums nationaux et internationaux de communication en santé.

Pour renforcer la coordination à l'échelle du secteur, le CCPP plaidera également en faveur du rétablissement de la réunion annuelle de Santé Canada avec tous les organismes de pré-approbation - garantissant l'alignement, la transparence et des progrès partagés dans l'avancement de l'intégrité et de la surveillance de la publicité.

Objectif stratégique 3

Le CCPP favorise une culture d'excellence du rendement.

Orientation : Apprentissage organisationnel, adaptabilité et amélioration continue.

Intention : Renforcer la capacité organisationnelle, la résilience et l'innovation pour maintenir la crédibilité, la confiance et l'excellence opérationnelle.

Pour accomplir sa mission et demeurer crédible dans un environnement en évolution, le CCPP doit renforcer sa fondation interne. Cet objectif vise à créer les conditions organisationnelles qui permettent l'excellence - en veillant à ce que le CCPP dispose de la structure, des systèmes et de la culture appropriés pour atteindre ses objectifs stratégiques. En investissant dans l'alignement interne, la prise de décision fondée sur les données et le bien-être des employés, le CCPP bâtira sa résilience et son adaptabilité tout en conservant la confiance de ses parties prenantes.

Priorité stratégique 3.1 : Réalignement organisationnel

Le CCPP réalignera sa structure organisationnelle pour permettre la mise en œuvre efficace des objectifs 1 et 2. Cela comprend l'intégration de fonctions de leadership spécialisées qui garantissent une concentration sur l'intelligence artificielle et les relations avec les parties prenantes afin de renforcer l'engagement dans tous les secteurs.

Suite à l'approbation de ce rapport, le conseil d'administration du CCPP reverra ses énoncés de vision et de mission pour s'assurer qu'ils reflètent l'orientation émergente et l'évolution des responsabilités de l'organisation. Des énoncés clairs et alignés ancreront les priorités de l'organisation et guideront la prise de décision à tous les niveaux de fonctionnement.

Priorité stratégique 3.2 : Améliorations des processus et reddition de comptes

Pour soutenir l'amélioration continue, le CCPP améliorera ses processus internes et introduira de nouveaux systèmes de prévision, de surveillance et de reddition de comptes. Un modèle de surveillance et de prévision du volume des soumissions sera développé, initialement axé sur les 15 principales entreprises, intégrant des données telles que l'affiliation à MNC, l'agence de référence et le portefeuille de produits (y compris les produits en développement lorsque ces informations peuvent être partagées). Ce modèle améliorera la planification des ressources et les prévisions financières, assurant une agilité pour répondre aux conditions changeantes du marché.

Une Initiative d'amélioration de la cohérence sera introduite pour définir ce que signifie la cohérence à l'échelle de l'organisation, établir des normes mesurables et renforcer la clarté des communications pour les parties prenantes.

Enfin, les prévisions et la surveillance de l'environnement seront intégrées aux mises à jour régulières du conseil d'administration, garantissant que les décisions sont éclairées par des données et des tendances en temps réel.

Priorité stratégique 3.3 : Développement et croissance des employés

Reconnaissant que le changement organisationnel repose sur les personnes, le CCPP investira dans le soutien de ses employés tout au long de cette période de transformation. Une initiative de reconnaissance sera créée pour remercier le personnel contribuant au développement du système d'IA et à la modernisation, en s'attaquant à la fatigue et à l'incertitude qui accompagnent souvent les changements à grande échelle.

Pour favoriser la collaboration et l'innovation, le CCPP mettra en place des équipes d'innovation interfonctionnelles (des espaces où des employés de différentes équipes peuvent concevoir conjointement des améliorations de services et des solutions opérationnelles). Ces équipes amélioreront non seulement l'engagement, mais renforceront également la communication interne et la responsabilité partagée. Le CCPP continuera de prioriser l'engagement (mesuré par des sondages auprès du personnel) pour s'assurer que le personnel demeure motivé et engagé.

De plus, le CCPP offrira une formation en littératie numérique et en analyse assistée par l'IA pour s'assurer que tout le personnel est doté des compétences et de la compréhension nécessaires pour tirer parti des technologies émergentes de manière responsable.

Priorité stratégique 3.4 : Élargissement des offres de services

Pour assurer la viabilité à long terme et la résilience financière, le CCPP explorera les possibilités de diversifier ses offres de services au-delà de la pré-approbation traditionnelle. Cela comprend de nouvelles sources de revenus potentielles telles que des outils de pré-approbation basés sur l'IA, des services de surveillance et d'analyse, et des offres de conseils stratégiques pour les partenaires de l'industrie.

En faisant évoluer son portefeuille en fonction des besoins des parties prenantes et des tendances réglementaires, le CCPP renforcera à la fois sa fondation financière et son rôle d'organisation innovante et tournée vers l'avenir.

Objectif stratégique 4

La situation financière du CCPP est durable à long terme

Priorité stratégique 4.1 : Atteindre la viabilité opérationnelle

Le CCPP renforcera sa fondation financière grâce à une gestion prudente des coûts, à des structures de tarification optimisées et à une meilleure exactitude des prévisions. La collaboration avec les fabricants aidera à affiner les projections de volume et les prévisions de soumissions afin d'assurer l'alignement entre la capacité opérationnelle et la demande du marché. Ces mesures soutiendront une position d'exploitation équilibrée qui permet le réinvestissement dans la modernisation et la qualité des services.

Priorité stratégique 4.2 : Accroître la diversité des sources de revenus

Le CCPP explorera des flux de revenus complémentaires au-delà des services de pré-approbation traditionnels. Ces offres de services seront alignées sur le mandat et l'expertise du CCPP (p. ex., services-conseils, offres éducatives, licences de plateforme d'IA). L'élargissement de la combinaison de sources de revenus réduira la dépendance au volume des soumissions et améliorera la résilience financière à long terme.

Priorité stratégique 4.3 : Renforcer la résilience financière

Le CCPP améliorera sa résilience financière grâce à une gestion délibérée des réserves et à la planification de scénarios. L'établissement de cibles claires pour la couverture du fonds de réserve et le maintien de coussins de liquidité protégeront les opérations pendant les fluctuations de revenus ou les ralentissements du marché. Des rapports financiers rigoureux et une supervision adéquate assureront des décisions opportunes et fondées sur des données.

Priorité stratégique 4.4 : Appréciation du capital d'investissement grâce à une composition d'actifs alignée sur les besoins de liquidité du CCPP et une faible tolérance aux pertes

Le CCPP poursuivra une approche d'investissement disciplinée guidée par son Énoncé de politique de placement (EPP), en veillant à ce que les actifs soient répartis de manière à préserver le capital tout en obtenant des rendements modestes et constants. Des examens réguliers confirmeront l'alignement avec les besoins de liquidité de l'organisation et l'évolution des conditions du marché.

Résumé du rapport (2026–2028)

Objectif stratégique 1 : Le CCPP est reconnu comme un partenaire stratégique pour la publicité liée aux soins de santé.

Orientation : Collaboration, confiance, visibilité et influence.

Intention : Renforcer la position du CCPP en tant qu'autorité de confiance, collaborative et visible dans l'ensemble de l'environnement des communications en santé.

Priorités clés :

- Élaborer et mettre en œuvre un cadre de partenariat stratégique pour formaliser l'engagement avec les organismes de réglementation, les fabricants, les professionnels de la santé et le public.
- Renforcer la collaboration avec Santé Canada, les associations de l'industrie (p. ex., MNC et BIOTECanada) et le FCSSC par le biais d'un nouveau protocole d'entente, de réunions annuelles des agences et de directives codéveloppées. Former également de nouveaux vecteurs de collaboration avec les organismes de réglementation au-delà de la DPSC (p. ex., le Bureau de la concurrence).
- Introduire une *fonction de liaison* avec les parties prenantes et une *revue annuelle des services aux clients* pour favoriser une rétroaction continue et l'amélioration des services.
- Lancer une campagne de confiance pour le 50e anniversaire afin de renforcer l'indépendance, l'intégrité et la pertinence du CCPP auprès de ses parties prenantes.

Objectif stratégique 2 : Le CCPP est un chef de file dans la surveillance de la publicité numérique et un collaborateur et partenaire précieux dans la gestion de la désinformation sur les produits de santé.

Orientation : Innovation éthique, intégrité numérique et surveillance proactive de la désinformation dans la publicité sur les produits de santé (tant de manière indépendante que par le biais de la collaboration et de partenariats avec les parties prenantes).

Intention : Positionner le CCPP comme la principale autorité au Canada en matière d'intégrité des communications sur les produits de santé et comme collaborateur et partenaire dans la gestion de la désinformation sur les produits de santé au sein du paysage numérique en évolution.

Priorités clés :

- Faire progresser une plateforme de pré-approbation assistée par l'IA pour améliorer la rapidité, l'exactitude et la cohérence des examens de publicités.

- Établir un Laboratoire de communication en santé numérique pour faire des recherches sur les tendances, évaluer les risques et guider l'industrie sur les technologies émergentes.
- Collaborer au développement d'un système de surveillance en temps réel de la désinformation dans la publicité sur les produits de santé en partenariat avec Santé Canada, les établissements de recherche, les parties prenantes et d'autres parties intéressées.
- Lancer des modules de formation accrédités et explorer, avec les parties prenantes et d'autres parties intéressées, comment améliorer l'accès aux informations vérifiées sur les produits de santé pour renforcer la littératie numérique et la transparence.
- Élever le leadership éclairé du CCPP par le biais d'articles d'opinion et de réunions de collaboration inter-agences rétablies.

Objectif stratégique 3 : Le CCPP promeut une culture d'excellence de la performance.

Orientation : Apprentissage organisationnel, adaptabilité et amélioration continue.

Intention : Renforcer la capacité organisationnelle, la résilience et l'innovation pour maintenir la crédibilité, la confiance et l'excellence opérationnelle.

Priorités clés :

- Revoir l'alignement de la mission et de la vision du CCPP avec la stratégie globale suite à l'approbation du rapport du plan stratégique.
- Introduire des modèles de prévision, des mesures de performance mises à jour et une Initiative d'amélioration de la cohérence pour accroître la reddition de comptes et la clarté.
- Prioriser l'engagement des employés et l'innovation grâce à des programmes de reconnaissance, des équipes interfonctionnelles et une formation en littératie sur l'IA.
- Explorer des offres de services élargies - y compris des outils de pré-approbation par l'IA, des analyses et des services-conseils - pour assurer la viabilité financière.

Objectif stratégique 4 : La situation financière du CCPP est durable à long terme

Orientation : Stabilité financière, résilience et croissance prudente.

Intention : Assurer la viabilité à long terme grâce à des revenus diversifiés, une gouvernance efficace et une gestion disciplinée des investissements.

Priorités clés :

- Atteindre la viabilité opérationnelle grâce à des prévisions précises, une gestion prudente des dépenses et l'optimisation des tarifs.
- Diversifier les sources de revenus au-delà de la pré-approbation, en alignement avec le mandat et l'expertise du CCPP.
- Renforcer la résilience financière en maintenant une couverture de réserve solide et une planification des liquidités.
- Poursuivre une croissance disciplinée des investissements selon les paramètres définis dans l'Énoncé de politique de placement.
- Améliorer la capacité de gouvernance grâce à des prévisions collaboratives avec les fabricants et à une surveillance financière améliorée.