



Promouvoir nos professions

Judy Meintzer, M. O., O. aut., O(C)
Présidente de l'ACOA
pres@caslpa.ca

Mon mandat à titre de présidente de l'association a débuté il y a un peu plus d'un an. Tandis que je me permets un temps d'arrêt pour réfléchir à la dernière année écoulée, je m'étonne de tout le progrès réalisé par l'ACOA sur le plan de ses orientations stratégiques en si peu de temps. L'excellent travail d'équipe de notre conseil, de nos membres et de nos employés dévoués nous a aidés à passer à travers cette période « fort chargée » (et c'est un euphémisme!) avec le sourire aux lèvres.

Je suis particulièrement ravie du travail préliminaire qu'effectue notre association dans le but de rehausser le profil des professions. Comme vous le savez sans doute, la promotion est le deuxième objectif inscrit à notre plan stratégique. Pour autant que je me souviens — et je fais partie de la profession depuis plus longtemps que je ne souhaite l'avouer — j'ai cru que nous devions promouvoir l'important travail que nous accomplissons pour améliorer la qualité de vie des gens. Malheureusement, notre travail demeure peu valorisé; et, par conséquent, nous continuons de nous adonner à nos activités dans le cadre de programmes dotés d'un personnel insuffisant et les personnes qui bénéficieraient de nos services luttent pour y avoir accès. Bon nombre de personnes, y compris nos collègues du monde de la santé et de l'enseignement, entretiennent toujours une perspective très étroite de notre contribution aux équipes médicales et pédagogiques.

Pourtant, j'ose espérer que la stratégie de valorisation de la marque de l'ACOA encouragera les gens à nous percevoir comme bien plus que de gentilles personnes qui « testent l'audition » et « corrigent les problèmes de zézaïement »! Bientôt, Monsieur et Madame tout-le-monde pourront :

- comprendre et facilement expliquer l'utilité des tâches que nous accomplissons;
- avoir immédiatement à l'esprit ce que nous faisons, l'importance de notre travail et les troubles que nous pouvons aider à traiter;
- savoir à qui téléphoner pour un trouble de la parole, du langage, de la déglutition, de l'audition ou de l'équilibre.

L'ACOA adopte une approche très vaste face à la valorisation de la marque. Nous recueillons les renseignements dont nous avons besoin auprès de nos intervenants, de nos membres et du grand public. Le caractère approfondi de cette recherche et de la collecte de données constitue une étape clé du processus de valorisation de la marque. Plus nous en saurons sur le sujet, plus fructueuse sera la démarche.

J'ai également été très enthousiasmée par votre réponse positive aux modifications que nous avons apportées à la stratégie sur le perfectionnement professionnel et au programme d'assurance-responsabilité professionnelle de l'ACOA. L'équipe de l'Association a à cœur de tendre l'oreille aux commentaires des membres, d'étudier les processus et de poser d'importantes questions comme « Pourquoi? », « Y a-t-il une meilleure façon de faire les choses? » et « Comment pouvons-nous augmenter notre pertinence aux yeux des membres? ».

Je suis toujours honorée de collaborer avec le conseil, les membres et les employés de l'ACOA durant cette période des plus stimulantes. Il n'y a jamais eu de meilleur moment que maintenant pour faire connaître aux non-membres tout ce que l'ACOA pourrait faire pour eux — l'ACOA ne peut représenter et servir nos professions qu'avec des adhésions solides et un soutien continu.

Judy Meintzer