

# Le mot du président

## UN BERGER SANS TROUPEAU?



Le Dr George Sweetnam

Il me vient à l'esprit une image d'une vieille bande dessinée de la série *Animal Crackers* dans laquelle un gnou — cette créature qui ressemble à un caribou — errant dans une prairie désertique et ravagée, s'arrête et demande à une marmotte s'il a vu son troupeau. «Je suis leur chef», dit le gnou.

Bien sûr, on attend d'un dirigeant qu'il anticipe l'avenir et qu'il définit une orientation à suivre; cependant, il doit aussi être sensible aux attentes de ceux qu'il dirige. (Par cette image amusante, je ne cherche nullement à comparer les membres de l'ADC à un troupeau, cette image ne servant ici qu'à illustrer un propos.)

Alors que l'ADC travaille à l'établissement de son budget de 2003, les mêmes questions refont surface : «De combien disposons-nous? Que pouvons-nous offrir? Comment pourrions-nous tirer davantage de nos ressources?»

L'ADC est fortement tributaire des cotisations qu'elle perçoit pour financer ses activités, et ce plus que la plupart des associations professionnelles. Pour l'ADC, le ratio entre les recettes provenant des cotisations et les autres recettes est en effet de 73 pour 27.

L'ADC est bien consciente du fait qu'elle doit accroître ce ratio. Aussi a-t-elle chargé son nouveau service de promotion et de marketing, lors d'un récent exercice de restructuration qui s'est tenu au siège social de l'ADC, à Ottawa, d'accroître le nombre de membres et d'exploiter davantage les autres sources de revenus.

La relation d'égalité entre l'attrait d'être membre et les avantages accrus qui en découlent est fondamentale. En revanche, le concept de valeur ne l'est pas, aux yeux des membres.

Dans un effort visant à quantifier cette valeur, l'ADC prépare un document de travail intitulé *Valoriser l'adhésion à l'ADC : rendement à court terme, investissement à long terme*. Ce titre est d'autant plus pertinent qu'il importe d'envisager les avantages de l'adhésion à l'ADC dans une perspective à long terme.

Cependant, cet exercice d'évaluation fait ressortir le fait qu'il est impossible d'attribuer une valeur dans certains domaines, tels que le positionnement stratégique de la profession dans les différents dossiers ou encore les relations avec le public et le gouvernement. Et ceci soulève des questions pour les dirigeants. Est-ce que la plupart des dentistes s'attendent à ce que leur adhésion à l'ADC leur procure des avantages directs et quantifiables, qui soient en outre d'une valeur équivalente aux cotisations versées? Ou estiment-ils plutôt qu'en tant que membres d'une profession de premier plan, ils ont l'obligation de protéger et de promouvoir les intérêts de la profession — et les leurs — ainsi que la responsabilité de travailler collectivement à l'amélioration de la santé bucco-dentaire de la société?

Fait remarquable, l'ADC répond aux attentes sur ces 2 plans. Ainsi, par comparaison à leurs homologues américains, les utilisateurs du réseau CDAnet réalisent des économies de 2 fois et demi le montant de leur cotisation, grâce aux réductions de coûts lors de la transmission des demandes d'indemnisation des soins dentaires, ceci sans compter les autres avantages dont ils bénéficient et dont certains satisfont pleinement à ce

concept de valeur équivalente. Ajoutons à cela des économies d'impôt de plusieurs milliers de dollars par année, grâce au succès des pressions exercées par l'ADC.

Mais qu'en est-il des autres sources de revenus? Pour répondre à cette question, un examen s'impose pour déterminer les valeurs que nous pourrions exploiter.

Il y a tout d'abord notre réputation et notre renommée. Ainsi, toute reconnaissance par l'ADC, comme l'apposition de notre sceau de reconnaissance, a une valeur marchande. Nous exploitons déjà cet aspect et il serait possible d'en retirer davantage. Cette question est à l'étude.

L'information est un autre domaine générateur de richesses, que certains perçoivent même comme la monnaie de demain. Or, en plus de notre expertise technique, nous disposons d'une abondance de données statistiques encore inexploitées grâce à CDAnet.

Malheureusement, comme un gisement de minerai, ces richesses doivent elles aussi être exploitées et raffinées. Et, comme les activités de forage, il faut y investir temps et argent avant que le filon ne commence à rapporter.

Nos dirigeants sont confrontés à un dilemme et l'ADC se trouve dans une position où elle se doit de dépenser pour générer d'autres revenus. Nos membres sont-ils intéressés uniquement par le rendement immédiat ou sont-ils disposés à investir pour demain? Combien de temps sont-ils prêts à attendre et combien seront-ils disposés à investir? Sont-ils prêts à investir pour recruter davantage de membres et ainsi accroître nos revenus et nos économies?

Nous pourrions nous inspirer des techniques de vente des détaillants et adopter notre propre stratégie basée sur un prix d'appel. Il faudrait comprendre qu'une telle stratégie serait temporaire et ne s'adresserait qu'aux nouveaux membres. Les membres actuels seraient-ils prêts à rester impassibles en attendant que cette stratégie devienne rentable?

George Sweetnam, DDS  
president@cda-adc.ca