

La refonte de notre marque

Nous avons commencé le renouvellement de notre identité visuelle en changeant le nom de notre association. À la demande de nos membres et du public, il s'est avéré nécessaire de modifier « adjoints administratifs » pour un terme moins restrictif. Le certificat et le titre *Adjoint administratif qualifié* avaient aussi besoin d'être actualisés. Ces appellations nous empêchaient d'attirer de nouveaux membres et le mot « qualifié » était plutôt subjectif. En 2016, notre organisme était rebaptisé; il s'appellerait dorénavant **l'Association des professionnels de l'administration** et le titre est devenu **Professionnel de l'administration agréé du Canada**. Ces nouveaux noms reflètent notre désir d'accueillir des membres de tous les échelons des professions de gestion administrative, des étudiants aux professionnels spécialisés. Ils évoquent aussi notre engagement à aider nos membres à acquérir de nouvelles compétences en leur fournissant des occasions de perfectionnement professionnel.

Avec l'aide de Creative Solutions — une entreprise de Newmarket (Ontario) qui se spécialise en stratégies d'affaires et solutions de marketing novatrices — et d'un comité de commercialisation composé de bénévoles de toutes les sections, nous avons entamé le processus de conception des sigles de l'APA et du PAAC et la modernisation de notre identité visuelle.

Tout a commencé par un tableau d'ambiance, une collection de logos qui nous avaient séduits de prime abord. Une conversation s'en est suivie sur ce que nous aimions des logos que nous préférons et sur ce que nous voulions que l'APA représente. **Certains thèmes tels l'éducation, le perfectionnement, le soutien, le partage des connaissances et la collaboration se sont dégagés de ces discussions.** Une palette de couleurs a aussi commencé à apparaître. **Des couleurs vives, fraîches dont émanait un sentiment de vitalité, de renouveau, d'enthousiasme et de plaisir** ont charmé la majorité des membres du comité.

Nous avons également examiné ce que nos concurrents offraient. Qu'est-ce qui nous attirait chez leur marque ou qu'est-ce qui nous déplaisait? Au cours de cette discussion, des lignes directrices sont ressorties : **pertinent, moderne, audacieux et inclusif**. Nous voulions un concept reconnaissable et attrayant aux yeux de tous.

C'est à ce moment-là que les processus de remue-méninges et de raffinement du design ont démarré. Creative Solutions a retenu des logos préférés certains éléments et les a appliqués à notre nom et acronyme. Ils nous ont ensuite présenté toute une gamme de possibilités à évaluer et discuter que nous avons réussi à réduire à quelques-unes. Puis étape par étape, avec le temps... mise en page, icône, police de caractères... notre nouvelle identité a vu le jour.

Quand notre design APA était presque au point, Creative Solutions a entamé la conception de l'emblème de marque PAAC. Ils ont pris des éléments du logo APA, y ont ajouté de nouvelles idées pour nous fournir une variété d'options. Encore une fois, nous avons fait nos choix et les avons perfectionnés jusqu'à ce qu'un seul sigle se distingue du reste.

Les nouveaux logos de l'APA et du PAAC sont dynamiques, modernes et inclusifs. Leurs teintes pâles de mauve, bleu, lime et cerise captent l'attention et incitent les professionnels de l'administration de tous âges et niveaux de compétence à vouloir connaître notre association et notre programme de certificat.

