

The Cost Implications of CAO Membership

Les avantages versus les coûts de l'adhésion à l'ACO

by / par KIRSTEN NORTH, OD, PRESIDENT CAO/ PRÉSIDENTE DE L'ACO

As more of the provincial associations move to voluntary membership, there is an increased expectation for CAO and provincial associations to show the benefits of membership. CAO was asked to consider this from the perspective of costs, and whether there is a 'return on investment' from membership in CAO. The following is an overview using the most commonly asked questions about CAO membership fees.

Q – What does it cost to be a CAO member?

The annual CAO assessment has been \$330 since 2004. In addition, members in each province consider the approval of an advertising levy which is currently \$800 per member. The advertising levy goes directly to pay for television advertising.

Q – Is this the fee/levy in all cases?

No. In 1996, all provincial associations and CAO agreed on a funding formula that provides a rebate to the Quebec Association of Optometrists for its role in providing French language services. The rebate results in a net CAO assessment paid by CAO members in Quebec of \$180 plus a \$200 advertising levy.

CAO members also pay less if provincial associations offer reduced fees for certain membership categories. In these cases, the same percentage reduction is applied to the CAO assessment/levy. In addition, provincial associations which allow members to pay fees by credit card may withhold from CAO the merchant fee applied to these payments.

Q – How is the CAO assessment set and collected?

The CAO Council sets the CAO assessment a full fiscal year in advance to allow the provinces to budget appropriately. The provinces collect and remit the assessment to CAO. The advertising levy is recommended by the National Public Education Committee and is approved at provincial Annual General Meetings.

Q – Can an optometrist opt out of CAO or join CAO directly?

No. CAO was formed as a federation of the ten provincial associations in 1941. The CAO Charter dictates that a member of the provincial association is automatically a member of CAO and an annual assessment is collected. An optometrist may not choose to opt out of membership in the provincial association and join CAO directly.

Q – How is CAO membership monitored?

The provincial association advises CAO when there are changes in membership. Members who are no longer members of a provincial association are removed from the CAO database.

Q – Are CAO programs and services available to members only?

Yes. CAO has a strict policy that CAO programs and services are available to CAO members only. The policy applies to all programs.

Q – Does CAO rely on member fees for its operations?

Member fees are very important for CAO operations. In recent years, CAO has increased its sources

of non-dues income which allows for more member services without higher fees.

Q – How does CAO membership compare to other national associations?

In a 2008 survey, the average membership fee of large national, professional associations was \$1,000.

Q – Has the CAO membership been asked about its level of satisfaction with CAO fees?

Yes. In 2007, a CAO membership satisfaction survey indicated that the highest percentage of members was 'satisfied' with the reasonableness of CAO fees. A similar result was found in 2003. The level of satisfaction was even higher for the \$800 advertising levy. The 2007 CAO membership satisfaction survey found that there was an overall 75% satisfaction rating with CAO. In 2009, CAO conducted a membership survey to determine the level of satisfaction with CAO communications. Again, the overall level of satisfaction was high.

Q – Are there examples of where CAO programs and services provide members with a 'return on their investment'?

Specific programs offer financial benefits including:

- *National advertising program* – For every dollar paid, the value of the national buy is generally in the \$1.60 range. This is possible because of the economies of scale and negotiating a television buy at a national level and because of 'spill' when television viewers see the ad in other regions.
- *Marketing costs* – CAO members recognize the need to promote the profession. At a practice level, this includes yellow page listings, advertising, signage, and more. The \$800 advertising levy represents a portion of this cost and is effective in increasing the number of patients using Optometrists.

- *Professional liability insurance* – In 2009, the renewal rates were almost 25% lower than 2008. CAO members advise that independent purchase of a similar policy can be as high as \$1,200 per year. These savings alone can offset membership fee costs.
- *Merchant credit card rates* – this program can save CAO members 2-5% on merchant rates charged by credit card processing companies.
- *Publications* – CAO members receive complimentary publications from CAO.
- *Staff education* – the Optometric Assistant Course is excellent value when compared to alternate courses for opticians and private sector training.
- *Print and web materials* – the cost of brochures and fact sheets has been found to be 20% less from CAO than from other sources and is branded to CAO membership.
- *CAO Congress* – the cost to attend the CAO Biennial Congress is largely subsidized by industry sponsorship and the OPTOFAIR. Member registration fees have been the same for the past 8 years.
- *Discount programs* – CAO members are eligible for discount programs such as car rentals, frames and insurance. The discounts range from 10-20%.

CAO members provide feedback to the CAO national office when a program or service has resulted in a cost savings. We have not attempted to calculate the definitive value of national services. Ask yourself if you support the need for optometry to have a strong national presence. The direct and indirect benefits are immeasurable. It would appear there is a strong case to be made that the current average per member annual fee is great value.

L'adhésion à un nombre croissant d'associations provinciales devenant volontaire, on s'attend de plus en plus à ce que l'ACO et les associations provinciales montrent quels avantages il y a à être membre. L'ACO a été priée d'envisager la question sous l'angle des coûts de l'adhésion à l'ACO et du « rendement éventuel de l'investissement ». Voici une vue d'ensemble utilisant les questions les plus fréquemment posées à propos des droits que doivent acquitter les membres de l'ACO.

Q – Combien en coûte-t-il pour être membre de l'ACO?

La cotisation annuelle de l'ACO est de 330 \$ depuis 2004. Chacune des provinces demande aux membres d'approuver une contribution supplémentaire aux frais engagés pour la publicité fixée à l'heure actuelle à 800 \$ par membre. Cette contribution est affectée directement au paiement de la publicité télévisée.

Q – La cotisation et la contribution sont-elles les mêmes dans tous les cas?

Non. En 1992, toutes les associations provinciales et l'ACO ont convenu d'une formule de financement qui offre une remise à l'Association des optométristes du Québec pour son rôle dans la prestation de services en français. Il s'ensuit que les membres de l'ACO au Québec versent une cotisation nette de 180 \$ et que leur contribution à la publicité est de 200 \$.

Les membres de l'ACO paient moins cher également si les associations provinciales font bénéficier à certaines catégories de membres des réductions. Dans ce cas, le même pourcentage de réduction est appliqué à la cotisation et à la contribution de l'ACO. Les associations provinciales qui permettent aux membres de payer les droits par carte de crédit peuvent déduire la commission versée par les commerçants qui s'applique aux paiements de l'ACO.

Q – De quelle façon la cotisation est-elle fixée et perçue?

Le Conseil de l'ACO fixe la cotisation de l'ACO un exercice financier complet à l'avance afin de permettre aux provinces d'établir leur budget en conséquence. Les provinces perçoivent la cotisation et la remettent à l'ACO. La contribution pour la publicité est recommandée par le Comité national d'éducation publique et est approuvée aux assemblées générales annuelles provinciales.

Q – Un optométriste peut-il refuser d'adhérer à l'ACO ou en devenir membre directement?

Non. L'ACO, qui a été formée en 1941, est une fédération des dix associations provinciales. Selon la charte de l'ACO, une personne membre d'une association provinciale est automatiquement membre de l'ACO et une cotisation annuelle est perçue. Un optométriste ne peut choisir de ne pas faire partie de l'association provinciale et de joindre directement l'ACO.

Q – Comment surveille-t-on l'appartenance à l'ACO?

L'association provinciale avise l'ACO des changements. Les personnes qui ne sont plus membres d'une association provinciale sont rayées de la base de données de l'ACO.

Q – Les programmes et les services de l'ACO sont-ils réservés aux membres?

Oui. L'ACO applique une politique rigoureuse, selon laquelle ses programmes et services ne sont offerts qu'à ses membres. Cette politique s'applique à tous les programmes y compris le Congrès biennal de l'ACO.

Q – L'ACO a-t-elle besoin des cotisations des membres pour ses activités?

Les cotisations des membres sont très importantes pour les activités de l'ACO. Au cours des dernières années, les sources de revenus hors cotisations de

l'ACO ont augmenté, ce qui lui permet d'offrir plus de services à ses membres sans accroître les cotisations.

Q – A-t-on demandé aux membres de l'ACO s'ils étaient satisfaits des cotisations de l'ACO?

Oui. En 2007, une enquête sur la satisfaction des membres de l'ACO a révélé que le plus fort pourcentage de membres considérait les cotisations de l'ACO comme raisonnables. Un résultat similaire avait été obtenu en 2003. Le degré de satisfaction était encore plus élevé pour la contribution de 800 \$ à la publicité. L'enquête sur la satisfaction des membres de l'ACO menée en 2007 a conclu que le taux de satisfaction global à l'égard de l'ACO était de 75 %.

Q – Y a-t-il des exemples du « rendement de l'investissement » que les programmes et les services de l'ACO offrent aux membres?

Voici des programmes qui offrent des avantages financiers :

- *Le programme national de publicité* – Pour chaque dollar versé, la valeur de l'achat national se situe en règle générale aux alentours de 1,60 \$. Les économies d'échelle et la négociation de publicité télévisée à l'échelle nationale rendent cela possible. Ce degré d'efficacité a été confirmé par un consultant indépendant.
- *Les coûts de marketing* – Les membres de l'ACO savent qu'il faut promouvoir la profession. Ce qui, à l'échelle du cabinet, inclut les inscriptions dans les pages jaunes, la publicité, les affiches et ainsi de suite. La contribution de 800 \$ représente une petite portion de ce coût. C'est une manière rentable compte tenu du coût pour accroître le nombre de patients qui s'adressent à des optométristes.
- *L'assurance responsabilité professionnelle* – Des membres de l'ACO mentionnent que l'achat par

eux-mêmes d'une police similaire peut coûter de 800 \$ à 900 \$ de plus par année.

- *Les commissions versées par les commerçants pour les cartes de crédit* – Ce programme peut faire épargner de 2 % à 5 % sur les commissions facturées aux membres de l'ACO par les entreprises de traitement de cartes de crédit.
- *Les publications* – Les membres de l'ACO reçoivent gratuitement les publications de l'ACO.
- *La formation du personnel* – Le cours pour les assistants optométriques représente une excellente valeur par comparaison aux autres cours pour les opticiens et à la formation du secteur privé.
- *Les documents imprimés et en ligne* – Le coût des brochures et des fiches de renseignements de l'ACO est inférieur de 20 % à celui du matériel d'autres sources; ces documents sont de plus adaptés aux membres de l'ACO.
- *Le Congrès de l'ACO* – Le coût de la participation au Congrès biennal de l'ACO est en grande partie subventionné par l'industrie et par l'Optofoire. Les frais d'inscription des membres sont les mêmes depuis huit ans.
- *Les programmes de remise* – Les membres de l'ACO ont accès à des programmes de remise, par exemple pour la location d'autos, les montures et l'assurance. Les rabais sont de l'ordre de 10 % à 20 %.

Posez-vous la question : Pensez-vous qu'il est important et nécessaire que l'optométrie ait une forte présence nationale? Les avantages directs et indirects sont incommensurables. Je dirais qu'il y a bien des raisons de soutenir que la cotisation annuelle moyenne actuelle par membre vous en donne beaucoup pour votre argent.