



Ordre des travailleurs sociaux
et des thérapeutes conjugaux
et familiaux du Québec

L'HUMAIN. AVANT TOUT.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
DIFFUSION IMMÉDIATE



Du 23 au 29 mars, la Semaine des travailleurs sociaux
**Turbulences : parce qu'une image
vaut mille mots...**

Montréal, 23 mars 2014 - Pour souligner la Semaine des travailleurs sociaux 2014, l'Ordre des travailleurs sociaux et des thérapeutes conjugaux et familiaux du Québec (OTSTCFQ) lance une exposition intitulée Turbulences (#TurbulencesTS), un concept développé et créé en étroite collaboration avec l'agence Défi marketing. Disponible sur le site travailsocial.ca, totalement renouvelé pour l'occasion, l'exposition fera aussi son chemin à travers le Québec en 2014 sous une forme itinérante et dévoilera par la même occasion à la population québécoise une série de photos vibrantes démontrant les différentes réalités et problématiques auxquelles répond le travailleur social aujourd'hui.

12 000 travailleurs sociaux, autant de réalités

Pour Claude Leblond, T.S., président de l'Ordre, les quelque 12 000 travailleurs sociaux jouent un rôle essentiel et unique dans le domaine de la santé mentale et des relations humaines : *« Ils sont présents sur le terrain, au quotidien, auprès des personnes, des familles, des groupes et des collectivités qui, à l'occasion, traversent des zones de turbulences et ont besoin d'un coup de main pour briser le cycle de la douleur et retrouver leur équilibre. L'objectif de cette semaine thématique est de mieux faire connaître la profession de travailleur social et de rendre hommage à ces professionnels pour leur dévouement et leur passion ».*

Émouvoir pour sensibiliser

« Peu de véhicules de communication possèdent une charge émotionnelle brute. La photographie, lorsqu'elle transmet l'essence d'une situation, peut provoquer une réelle prise de conscience, notamment par ses symboles universels et par l'interprétation unique qu'elle provoquera chez un individu. Notre stratégie de transposition artistique, débutée l'an dernier, culmine avec cette campagne dont la

réussite repose principalement sur la générosité de personnes vivant ou ayant vécu des drames. Or, nous avons littéralement été soufflés par tant de générosité, de courage et de résilience », souligne Mathieu Bédard, président de Défi marketing.

C'est Maxime Leduc, un photographe montréalais dont l'œuvre est profondément marquée par une approche sociologique et anthropologique, qui signe cette exposition. Au-delà de l'esthétisme, cette série de 22 photos démontre une palette étonnante de situations qui nécessitent une approche en travail social. La diversité et la pureté des émotions captées sur le vif constituent une expérience en soi.

Dans le cadre de la campagne, Défi marketing a développé l'affiche officielle destinée aux travailleurs sociaux et a également piloté les stratégies publicitaires, Web et réseaux sociaux. Le mot-clic sera d'ailleurs véhiculé tout au long de l'année.

- 30 -

Source : Luc Trottier, directeur des communications
OTSTCFQ
514 731-3925 (poste 244)
514 943-1435 (cellulaire)
ltrottier@otstcfq.org

Sandrine C.-Cyr
Coordonnatrice
Défi Marketing
514 288-3334, poste 25