
OTTAWA
CONVENTION
CENTRE



CENTRE
DES CONGRÈS
D'OTTAWA

An Agency of the Government of Ontario | Un organisme du gouvernement de l'Ontario

SOCIÉTÉ DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

PLAN D'AFFAIRES ANNUEL 2023 / 2024

TABLE DES MATIÈRES

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE	2
2. MANDAT ET VISION	5
3. ANALYSE ENVIRONNEMENTALE.....	7
4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2022 -2023	8
5. OBJECTIFS ANNUELS ET INDICATEURS	12
6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE	17
7. RESSOURCES HUMAINES	20
8. INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS.....	23
9. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION	27

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE

À la fin de l'année 2022, le Centre des congrès d'Ottawa (CCO) aura connu son automne le plus occupé depuis son ouverture en 2011, tant en termes de nombre d'événements que de revenus. Même si nous ne retrouverons pas les niveaux d'activité de 2019 avant 2023/2024, nous sommes optimistes quant à la reprise des événements en personne.

Les ressources humaines sont le plus grand défi auquel seront confrontés les secteurs du tourisme, de l'hôtellerie et des événements d'affaires en 2023/2024. La pénurie de personnel est un phénomène mondial, et le CCO a axé sa publicité stratégique sur la population étudiante universitaire et adulte, positionnant le CCO et l'industrie des événements comme un endroit où il fait bon travailler. Nous continuons à renforcer notre équipe de gestion pour qu'elle atteigne les niveaux d'avant la crise de Covid, mais nous estimons que le recrutement est un défi considérable pour l'avenir.

Le CCO a mis l'accent sur les ventes et le marketing, et notre volume de réservations sur les livres est une indication de notre succès. Bien que nous ayons des périodes creuses dans les années à venir au-delà de 2024, cela est dû à l'hésitation de nombreux planificateurs de réunions à s'engager dans des contrats à long terme. Une stratégie efficace consiste à continuer à offrir des incitations pour des contrats pluriannuels, comme le montrent l'engagement de trois ans d'APEX et le contrat pluriannuel de SAAS North. Malgré une forte demande dans le segment du marché des groupes, la communauté hôtelière doit faire face à la réduction des voyages d'affaires de milieu de semaine, car de nombreux employés du gouvernement fédéral continuent de travailler à distance. Nous continuons d'enregistrer des gains sur notre marché international en juillet et août, qui sont généralement considérés comme la "saison creuse" de notre calendrier.

Nous continuons à travailler main dans la main avec notre partenaire stratégique, Tourisme Ottawa, dans tous les segments de congrès et nous continuerons à être présents sur le marché à Toronto et à Montréal. Le marché national des entreprises est un secteur qui offre des possibilités de croissance, et le CCO a eu beaucoup de succès en accueillant Pet Valu, APEX et Toyota au cours de l'automne 2022. Habituellement attiré par les grandes villes comme Vancouver, Montréal et Toronto, le segment des entreprises cherche à vivre de nouvelles expériences, ce qu'Ottawa offre à bien des égards. Bien que le CCO ne sollicite ni ne dépense de ressources marketing pour les entreprises locales, ce segment continue de combler les espaces entre les grands événements. Il s'agit d'une source de revenus importante pour la location de salles et la restauration.

L'installation de la signalisation au deuxième étage apportera de nouvelles sources de revenus au CCO, car les organisateurs d'événements cherchent à numériser leurs activités de marketing sur place. En 2023, nous chercherons à trouver un nouveau partenaire automobile, en reconnaissant que la pénurie de stocks exige une approche créative alors que nous sommes tous confrontés aux défis de la chaîne d'approvisionnement. Les discussions avec Shaw Communications se poursuivent à mesure que le rachat de Rogers/Shaw évolue, et ce risque sera pris en compte dans le prochain plan d'affaires triennal du CCO. Un risque important en 2023 sera la négociation de nos deux conventions collectives. Étant donné que le Conseil du Trésor impose désormais des contrôles et les augmentations salariales, les augmentations salariales maximales pourraient ne pas correspondre aux attentes de notre syndicat.

Au printemps 2022, des élections provinciales ont donné lieu à l'annonce d'un nouveau ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport. Nous sommes impatients de travailler avec le ministre Lumsden, de mettre en valeur notre belle ville et notre Centre, et de nous acquitter de notre mandat, qui est de produire des retombées économiques. Nous souhaitons profiter de l'occasion pour remercier le ministère et le personnel pour leur soutien continu au CCO par le biais du financement de stabilisation, qui a permis de poursuivre les opérations lorsque la Santé publique le permettait et de continuer à travailler avec les congrès reportés pour obtenir de nouvelles dates.

Les initiatives décrites dans le présent plan d'affaire refléteront toutes les activités, y compris les partenariats stratégiques et les parrainages, alors que nous cherchons à achever la dernière année de notre plan stratégique quinquennal. Nous reconnaissons notre responsabilité à l'égard du ministère et de notre conseil d'administration. Nous remercions notre conseil d'administration pour son orientation stratégique et sa supervision, alors que nous continuons à tirer parti de nos succès, à l'aube de notre treizième année d'activité, et que nous sommes conscients des nouveaux défis qui nous attendent. Nous reconnaissons notre responsabilité à l'égard de nos actionnaires et apprécions leur soutien et leurs conseils permanents.

Nous tenons également à exprimer notre gratitude à nos partenaires les plus proches, Aramark Entertainment Services Canada Inc. et Encore Canada. Notre vision établie et bien ancrée de **personnes inspirées créant des événements extraordinaires** fait toujours partie de la culture et de l'ADN du CCO. Nous tenons également à remercier nos collègues pour leur engagement continu à l'égard du service à la clientèle et de l'excellence. Alors que nous relevons les défis de la chaîne d'approvisionnement et que nous travaillons avec des organisateurs d'événements nouveaux dans le secteur, nous continuons à recevoir des notes de satisfaction élevées de la part de nos clients. Nos collègues sont l'âme de notre entreprise, même s'ils sont très occupés ; ils font de la magie tous les jours et aident le CCO à rester un lieu de travail vraiment merveilleux !

RÉSULTATS 2022/2023

Le Centre a connu une résurgence mondiale de la variante de la Covid-19 Omicron en janvier, ce qui a interrompu les événements. Si l'on ajoute à cela l'occupation d'Ottawa par le convoi de camions de la fin janvier à la mi-février, notre quatrième trimestre a été morose.

Le printemps a été plus prometteur, avec le retour des congrès dans la ville et la reprise des remises de diplômes et des bals de fin d'année à la fin du mois de juin. Nous avons installé un nouveau tapis au cours de l'été. En août, nous avons accueilli trois congrès ayant des retombés sur toute la ville : l'Association des municipalités de l'Ontario, l'Association internationale des pompiers et la Conférence internationale sur la biomécanique.

Nous reconnaissons qu'il est difficile de prévoir les recettes pour 2022/2023 et nous avons sous-estimé la demande d'événements en personne, ce qui nous a permis de dépasser nos objectifs de recettes de 5,6 millions de dollars.

Nous avons intensifié nos efforts de promotion de notre message de "retour aux affaires" et de nos protocoles de sécurité auprès des ressources humaines et des activités de vente. Nous avons lancé de nouvelles initiatives de marketing pour promouvoir le CCO en tant que lieu de travail idéal pour les étudiants et pour renforcer la fierté de notre personnel de travailler pour un centre de congrès de renommée mondiale.

PERSPECTIVES POUR 2023/2024

La période 2023/2024 s'annonce bien, notre équipe de vente ayant déjà un calendrier de congrès bien rempli. Le CCO prévoit d'accueillir 45 congrès, dont 13 pendant les mois d'été.

2. MANDAT ET VISION

VISION

Des gens inspirés créant des événements extraordinaires.

Notre vision s'appuie sur les quatre piliers suivants :

1. Générer des retombées économiques en favorisant la croissance progressive de l'économie des visiteurs extérieurs
2. Offrir un service à la clientèle exceptionnel
3. Retrouver une viabilité financière après la pandémie
4. Remettre l'accent sur les principes de durabilité environnementale

BUT FONDAMENTAL

Nous sommes **Le lieu de rencontre du Canada.**

Le Centre des congrès d'Ottawa est le lieu de rassemblement où les Canadiens et les invités du monde entier se réunissent à Ottawa, notre capitale, pour apprendre et grandir en partageant leurs connaissances, leurs points de vue et leurs pratiques.

MANDAT ÉCONOMIQUE

Le Centre des congrès d'Ottawa est exploité de manière rentable et, en collaboration avec ses partenaires de l'industrie touristique, il génère des retombées économiques positives pour les trois paliers de gouvernement.

DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

Le CCO valorise, célèbre et accueille l'individualité. Nous nous efforçons d'offrir un environnement professionnel où chacun est traité avec dignité, indépendamment de son sexe, de son âge, de sa race, de sa religion, de son ethnie, de sa nationalité, de son handicap, de son apparence ou de son orientation personnelle. Le CCO promeut une culture du respect et de l'apprentissage continu afin de tirer profit des diverses perspectives culturelles de nos collègues.

VALEURS PARTAGÉES

NOUS célébrons **la diversité culturelle** et **l'inclusion**

NOUS encourageons et promouvons **l'innovation** et **l'initiative**

NOUS encourageons la **bonne gouvernance** et le **respect des règles**

NOUS sommes attentifs à notre **communauté** et à notre **environnement**

NOUS contribuons à notre **succès commun en tant qu'équipe**

NOUS allons **plus loin** pour offrir des **expériences extraordinaires**

AUTORITÉ LÉGISLATIVE ET MANDAT

Le Centre des congrès d'Ottawa (CCO) est un organisme du gouvernement de l'Ontario, régi par la Loi sur la Société du Centre des congrès d'Ottawa (L.R.O. 1990). Le CCO est un organisme opérationnel du ministère du Tourisme, de la Culture et des Sports, dont le mandat législatif consiste à "exploiter, entretenir et gérer un centre des congrès de classe internationale de manière à promouvoir et à développer le tourisme et l'industrie en Ontario".

Le CCO est dirigé par un conseil d'administration de douze membres, dont neuf sont nommés par la province et trois par la municipalité. Le protocole d'entente (PE) entre le CCO et le ministère du Tourisme, de la Culture et des Sports définit le cadre de responsabilité et de gouvernance :

- a) Le ministre est responsable devant l'organe législatif et le conseil de gestion de la réalisation du mandat du centre, de son respect des politiques gouvernementales et ministérielles, ainsi que de ses rapports et communications sur les activités du centre.
- b) Le président est responsable devant le ministre et le conseil de veiller à ce que le centre respecte les rôles et responsabilités de son mandat conformément à la loi en vigueur, aux directives du conseil et au PE.
- c) Le sous-ministre est responsable d'assumer les rôles et responsabilités que le ministre, les directives du Conseil, la loi et le PE lui ont confiés au sein du conseil.
- d) La présidente et chef de la direction est responsable devant le président et le conseil de gérer le centre, de superviser le personnel et d'assumer les rôles et responsabilités qui lui sont confiés en vertu du conseil, des directives du conseil, de la loi, d'autres lois pertinentes et du PE.
- e) Les employés du centre sont responsables d'assumer les rôles et responsabilités que la présidente et chef de la direction leur a confiés.

Le CCO s'engage à fournir un service à la clientèle bilingue d'excellente qualité et à veiller à ce que les services soient rapides, réactifs, accessibles et responsables.

3. ANALYSE ENVIRONNEMENTALE

OBSERVATIONS GÉNÉRALES

Les recherches menées par Destination Canada suggèrent que les événements d'affaires au Canada ne reviendront pas aux niveaux d'avant la pandémie avant 2025/2026. Nos réservations dans les livres pour 2023/2024 est saine et comprend un été chargé en congrès internationaux et nationaux.

Le présent plan décrit les possibilités de revenus du CCO, les projections financières et les plans stratégiques et tactiques de vente et de marketing pour l'année. Les prévisions initiales indiquent une reprise des congrès et des événements importants par rapport à l'année 2019, avant la pandémie. Un sondage réalisé par les Centres de congrès du Canada lors de leur réunion annuelle en septembre 2022 indique que c'est le cas pour la plupart des villes, à l'exception des villes de l'Ouest telles que Regina et Saskatoon.

À l'aube de notre 13^{ème} année d'activité, nous aurons répondu à notre besoin croissant de remplacer les immobilisations, le mobilier, les installations et l'équipement afin d'assurer la bonne gestion de nos installations et la compétitivité de nos offres. L'escalier extérieur menant au pont Mackenzie King reste hors service pendant que nous évaluons les déficiences et les coûts liés à sa réparation. Nous continuons à travailler avec le ministère afin d'établir et de prioriser les projets visant à remédier aux risques pour la santé et la sécurité.

En septembre 2022, nous avons repris nos efforts internationaux en participant à la Semaine Canada-Londres avec nos partenaires Destination Canada et Tourisme Ottawa. Nous avons participé à IMEX America, que nous considérons comme le meilleur événement IMEX auquel le Centre a participé. Dix-sept rencontres avec des clients potentiels ont donné lieu à plusieurs propositions et à un suivi continu. ThinkOttawa est actuellement en pause ; cependant, nous réalisons que négliger ce marché, compte tenu de son long délai d'exécution, ne nous servira pas bien à l'avenir. Pendant que ThinkOttawa est en pause, nous continuons à travailler avec Tourisme Ottawa et Destination Canada pour rétablir notre présence. L'espace du kiosque d'exposition géré par Destination Canada est offert gratuitement aux partenaires, ce qui représente des économies importantes par rapport aux années précédentes et permet une participation en personne. Le mandat économique du CCO est de fonctionner de manière rentable et, en coopération avec nos partenaires de l'industrie du tourisme, de générer un impact économique positif pour les trois niveaux de gouvernement. Même si l'excédent d'exploitation, exempté du financement de stabilisation, ne sera pas réalisé avant 2023/2024, il est crucial de revoir les événements en personne pour soutenir ce mandat.

Nous travaillerons avec Tourisme Ottawa pour rétablir l'attrait d'Ottawa sur le marché international, très lucratif et générateur de retombées économiques. La pandémie a également entraîné l'interruption de plusieurs vols internationaux directs à destination d'Ottawa, ce qui nous place dans une position moins favorable par rapport à d'autres villes de niveau 1 et 2. Les congrès et événements de grande envergure qui commencent à se développer soutiendront également les efforts de l'Administration de l'aéroport d'Ottawa pour attirer davantage de compagnies aériennes et de liaisons vers la capitale.

Nos partenaires hôteliers constatent une lente reprise du nombre de nuitées ; cependant, ils continuent à afficher des taux d'occupation bien inférieurs à ceux d'avant la pandémie, ce qui se traduit par une baisse des contributions à la taxe municipale sur l'hébergement. Bien que l'activité de groupe soit forte, notre communauté hôtelière est confrontée à la pénurie de personnel et au manque de voyageurs d'affaires en milieu de semaine, alors que les employés du gouvernement fédéral continuent de travailler à domicile. Les efforts de marketing et les offres incitatives de Tourisme Ottawa, qui utilisent un fonds de développement des congrès bien garni, cibleront des occasions clés dans nos calendriers collectifs afin d'attirer plus de visiteurs vers notre destination en 2023 et 2024.

4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2022 -2023

Catégorie de risque : Opérationnel	
Health & Safety (Guests & Staff)	
Description	Le CCO reconnaît son obligation de fournir et de maintenir un lieu de travail sûr, sain et sécurisé pour ses employés et les autres personnes qui visitent l'établissement, telles que les clients, les délégués, les fournisseurs tiers, les entrepreneurs et le grand public. Nous devons disposer de processus et de procédures solides pour protéger l'établissement ainsi que nos biens et ressources matériels et immatériels. Notre objectif est de fonctionner efficacement, d'atténuer les risques et de réduire la responsabilité.
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière
Répercussions et portée	<p>Moyen</p> <p>L'impact est le risque pour la réputation et la stabilité financière, le risque pour la santé, le risque de blessures et/ou de dommages aux actifs et à l'installation.</p>
Mesures d'atténuation	<p>Veiller en permanence à ce que la santé et la sécurité soient une priorité en se conformant à l'ensemble de la législation, des normes et des actes gouvernementaux.</p> <p>Fournir une formation de mise à jour pour la santé et la sécurité au travail, les interventions d'urgence et les incendies, la vie, la sécurité et toutes les procédures opérationnelles normalisées spécifiques au département.</p> <p>Examiner les processus chaque année et les mettre à jour, le cas échéant, en fonction des données actuelles et des nouvelles exigences.</p> <p>Contrôler et mettre à jour les politiques pour les aligner sur les lignes directrices en matière de santé publique, y compris la formation, les aides visuelles et la signalisation.</p> <p>Mettre en œuvre les recommandations du comité de santé et de sécurité.</p> <p>Continuer à programmer des visites trimestrielles des installations avec l'équipe de direction du CCO.</p> <p>Lorsque cela est possible, participer à des audits de la qualité et de la sécurité des aliments, contrôlés par le biais d'un portail de sécurité, et examinés et vérifiés par une tierce partie.</p> <p>Fournir une formation sur le logiciel de caméra à tous les collègues qui y ont accès.</p>

Catégorie de risque : Opérationnel	
Situations d'urgence et de crise	
Description	<p>Le CCO dispose d'un plan complet de préparation aux situations d'urgence qu'il partage avec ses clients. La force d'un centre de congrès a été et continue d'être la sûreté et la sécurité de l'actif, de son contenu et, surtout, de ses invités et de son personnel. Les clients, les invités et les collègues attendent de nous un environnement sûr et sécurisé. Il incombe au Centre de communiquer son plan à ses clients et à ses collègues et de se préparer en permanence aux situations d'urgence. En conséquence, nous avons mis en place des procédures pour reprendre nos activités le plus rapidement possible en cas d'urgence.</p>
Priorité stratégique connexe	Satisfaction des clients et des collègues
Répercussions et portée	<p>Modéré</p> <p>Il est impossible de prévoir une situation d'urgence ou l'intensité de l'événement ; cependant, la planification et la préparation à la gestion d'un problème sont essentielles pour minimiser la menace et renforcer les compétences de leadership afin de prendre le problème en main et d'assurer la continuité de l'activité.</p>
Mesures d'atténuation	<p>Nous améliorons continuellement notre plan de préparation aux situations d'urgence en révisant et en mettant à jour nos informations et nos procédures. Nous donnons une formation de responsable d'étage afin de nous assurer que chacun possède les connaissances et la confiance nécessaires pour répondre efficacement à toutes les situations d'urgence.</p> <p>Nous procédons à des évaluations régulières des risques liés à l'établissement et à nos pratiques afin de minimiser l'impact d'une situation d'urgence et d'y répondre efficacement.</p> <p>Nous poursuivrons également nos efforts de collaboration avec les établissements voisins (Westin Ottawa, le Centre Rideau et la Place TD) afin de nous entraider en cas d'urgence. Dans la mesure du possible, notre équipe participera aux formations offertes par la Division de la gestion des urgences de la Ville d'Ottawa et par d'autres organismes externes.</p>

Catégorie de risque : Technologie de l'information et infrastructure	
Risque informatique	
Description	<p>Le cyber-risque se définit comme les pertes financières, les perturbations ou d'atteinte à la réputation d'une organisation à la suite d'une défaillance de ses systèmes technologiques.</p> <p>Les cybermenaces les plus courantes auxquelles nous sommes actuellement confrontés sont le spam, l'hameçonnage et l'usurpation d'identité. Le pirate informatique se fait passer pour un responsable afin d'obtenir des fonds par le biais d'un virement bancaire, d'une infection par un virus par le biais d'un contenu téléchargeable ou d'une demande d'informations sur un compte.</p>
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière, Satisfaction des clients et des collègues
Répercussions et portée	Faible
Mesures d'atténuation	<p>Nos fournisseurs informatiques effectuent des sauvegardes quotidiennes sur site, hebdomadaires dans le nuage et mensuelles hors site. Les sauvegardes dans le nuage hors site réduisent les risques en cas d'événement structurel et contribuent à la protection contre les virus et les ransomwares.</p> <p>CrowdStrike/Falcon Complete a été mis en place sur tous les systèmes pour les protéger contre les virus et les ransomwares. Ce service comprend également une surveillance par le fabricant afin de signaler toute activité suspecte et une réponse rapide en cas de compromission d'un serveur.</p> <p>Les employés ont suivi un cours de sécurité en ligne et des tentatives de phishing fictives sont fréquemment envoyées pour tester les employés et garantir la conformité.</p>

Catégorie de risque : Opérationnel	
Reprise des activités	
Description	Le CCO constate des résultats positifs dans la reprise de ses activités ; cependant, nous sommes conscients que la santé et la sécurité restent une priorité absolue et que nos activités resteront vulnérables à tout avis sanitaire futur qui pourrait rapidement affecter nos opérations.
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière
Répercussions et portée	La pandémie a affecté le secteur des événements. Bien que le marché des associations continue de se réunir chaque année, il a considérablement réduit ses budgets de fonctionnement, avec une baisse significative des revenus et des restrictions sur les expositions, qui peuvent être une source de revenus essentielle pour l'association. Le secteur des entreprises devrait se redresser un peu plus rapidement, car il doit se réengager auprès de sa main-d'œuvre et de sa clientèle.
Mesures d'atténuation	Signer des contrats pluriannuels avec le marché des associations afin d'assurer une solide réserve de ventes. Élaborer une offre de vente et de marketing avec Tourisme Ottawa pour inciter les réunions et les congrès à rester à Ottawa plutôt que de circuler à travers le pays.

5. OBJECTIFS ANNUELS ET INDICATEURS

Le CCO se concentrera sur les objectifs stratégiques suivants pour l'année à venir. L'équipe de direction du CCO a défini des stratégies et des indicateurs de performance pour atteindre ces objectifs. L'EHD se réunit chaque semaine pour examiner les objectifs financiers et de performance, ainsi que les mises à jour concernant la satisfaction des clients et les ressources humaines.

Objectif stratégique N° 1 : Les Finances	
Objectif	<p>L'impératif financier à long terme du CCO est de générer des revenus excédentaires et de maintenir les flux de trésoreries suffisants pour les besoins du cycle de vie.</p> <p>Le mandat du CCO consiste à générer des retombées économiques pour la ville d'Ottawa et pour la province de l'Ontario.</p> <p>Le CCO obtiendra les résultats financiers suivants pour l'exercice 2023/2024 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revenu brut : 20,2 millions de dollars • Retombées économiques : 170 millions de dollars • Réserve à venir : 18,6 millions de dollars • Profit net d'exploitation : 1,26 millions de dollars
Stratégies	<p>Le CCO gèrera les objectifs financiers conformément au budget approuvé par le conseil d'administration. Notre stratégie est axée sur la génération de revenus. Notre équipe de vente se concentrera sur les contrats pluriannuels, et le Centre continuera à travailler en étroite collaboration avec Tourisme Ottawa pour promouvoir Ottawa en tant que destination de choix pour les événements internationaux.</p> <p>Le directeur des ventes du CCO a mis sur pied une équipe solide et motivée qui redouble d'énergie pour commercialiser et générer des recettes en concentrant ses efforts sur les gros contrats de congrès.</p>
Mesures de performance	<p>Le CCO contrôlera les progrès réalisés au moyen d'états financiers et de rapports internes examinés mensuellement par la direction générale et trimestriellement par le conseil d'administration et le comité des finances et d'audit du CCO.</p>

Description (en millions de \$)	Réal 2021 - 2022	Prévisions 2022 - 2023	Budget 2023 - 2024	Plan 2024 - 2025	Plan 2025 - 2026
Retombées économiques¹	0	122	170	142	152
Revenu brut	1,9	13,9	20,2	19,3	21,0
Revenu net d'exploitation	(4,29)	(0,64)	1,26	0,92	2,0
Réserve à venir	10	12,4	18,6	19,5	21,0

¹ L'estimation de l'impact économique est basée uniquement sur les congrès. Les congrès atteindront leur apogée en 2023 / 2024 et diminueront en 2024 / 2025.

Objectif stratégique N° 2 : L'occupation					
Objectif	Le taux d'occupation est basé sur le nombre de pieds carrés vendus par rapport au nombre de pieds carrés d'espace disponible au cours d'une année donnée. Il n'a pas été tenu compte des vacances ou des périodes d'inactivité entre les événements. Dans des circonstances normales, le taux d'occupation du CCO serait d'environ 70 %.				
Stratégies	Les réservations liées aux congrès sont sur la bonne voie pour 2023 / 2024. Pour continuer à générer de l'occupation, le CCO s'appuiera fortement sur le marché local pour combler les espaces vides. Les récentes initiatives visant à stimuler l'activité dans les espaces de réunion de niveau 100 et l'utilisation non traditionnelle de la salle de bal Trillium en milieu de semaine permettront au CCO d'augmenter le taux d'occupation cette année.				
Mesures de performance	Le taux d'occupation est calculé pour chaque événement. Un sommaire est ensuite effectué dans un rapport trimestriel.				
Description	Réel 2021 - 2022	Prévisions 2022 - 2023	Budget 2023 - 2024	Plan 2024 - 2025	Plan 2025 - 2026
Taux d'occupation	11%	38%	47%	45%	47%

Objectif stratégique N° 3 : Le service à la clientèle					
Objectif	<p>Le service à la clientèle fait partie intégrante de la réussite d'une entreprise. Notre objectif est de maintenir un taux de satisfaction de la clientèle de 4,5 et de rester en phase avec notre vision : "Des personnes inspirées créant des événements extraordinaires".</p> <p>La pénurie de main-d'œuvre qui a suivi la pandémie a eu un impact sur notre capacité à recruter du personnel, ce qui s'est répercuté sur les niveaux de service à la clientèle. Les candidats disponibles n'ont souvent pas l'expérience et les compétences requises. Les ressources et la productivité resteront un défi.</p> <p>En outre, la pandémie a modifié le paysage du travail, les valeurs et les motivations des gens ayant changé pour donner la priorité à l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, à la flexibilité et à la protection.</p> <p>Grâce à l'approbation des fonds d'investissement avant la pandémie, nous avons augmenté nos stocks d'équipements et investi dans de nouveaux équipements afin de rester un établissement innovant et à la pointe de la technologie. Cela nous a permis de nous positionner favorablement.</p>				
Stratégies	<p>Nous continuerons à garantir le respect d'un service exceptionnel dans toutes les phases du cycle de vente et de service en mettant en place et en faisant participer des groupes de discussion avec les clients, en procédant à des inspections impromptues et en faisant preuve d'un leadership sans compromis. Nous continuerons à bâtir une culture du service à la clientèle avec des campagnes visant à offrir un service extraordinaire grâce à l'engagement des employés.</p> <p>Nous élaborerons un nouveau plan de travail post-pandémie en élevant le niveau de formation et en modifiant les processus afin de les aligner sur les ressources en main-d'œuvre et de soutenir la productivité.</p> <p>Nous mettons à jour notre enquête auprès des clients avec des questions récentes pour suivre l'expérience et le niveau de confiance des participants dans cet environnement changeant.</p>				
Mesures de performance	<p>Les sondages de satisfaction clients sont envoyés par voie électronique après chaque événement dans les installations. Les résultats sont examinés par le directeur général et le directeur des événements, puis diffusés chaque semaine à l'équipe de direction pour examen et action si nécessaire. Nous développerons des objectifs de mesure pour la nouvelle enquête auprès des délégués une fois celle-ci lancée.</p>				
Description	Réel 2021 - 2022	Prévisions révisées 2022 - 2023	Budget 2023 - 2024	Plan 2024 - 2025	Plan 2025 - 2026
Taux de satisfaction	4,7	4,5	4,5	4,5	4,6
Taux de réponse	29 %	23 %	23 %	25 %	30 %

Objectif stratégique N° 4 : Les ressources humaines					
Objectif	<p>Nous nous engageons à maintenir un environnement sain et positif pour nos collègues du CCO. Nous nous efforçons de créer une culture d'entreprise qui valorise et exploite nos nombreuses différences et stimule l'innovation par l'inclusion. Notre objectif est d'embaucher, de retenir et de développer des personnes ayant des parcours différents et reflétant les communautés que nous servons.</p> <p>Tous les employés ont retrouvé un horaire régulier depuis les licenciements liés à la pandémie, mais la transition vers le retour au travail a été difficile, ce qui a obligé les collègues à faire preuve d'une plus grande capacité d'adaptation. Le remaniement des effectifs, les pénuries de main-d'œuvre et le manque de recrues qualifiées ont eu un impact sur nos employés actuels et sur leur charge de travail. En outre, les valeurs personnelles ont changé, la flexibilité et l'équilibre étant recherchés. Il est difficile d'être aussi productif et de fournir le même niveau de service que par le passé.</p> <p>Alors que nous cherchons à aller de l'avant de manière positive, le CCO fera des efforts prononcés sur l'engagement des employés, qui est le fondement d'un lieu de travail positif et sain. L'engagement des employés se traduit par une plus grande productivité, ce qui se traduit par des taux de rétention plus élevés et une plus grande satisfaction des clients.</p> <p>Les années précédentes, nous avons publié une enquête auprès des collègues afin de connaître le point de vue des employés et de comprendre leur niveau d'engagement. L'enquête auprès des collègues sera mise à jour pour refléter notre environnement actuel et relancée au printemps 2023.</p>				
Stratégies	<p>L'EHD restera à l'écoute du pouls du Centre. Les visites des employés, la politique de la porte ouverte, les commentaires et les événements organisés pour le personnel sont autant de moyens de rester en contact avec notre personnel.</p> <p>Des programmes d'assistance aux employés seront disponibles pour ceux qui ont besoin d'aide.</p> <p>Nous continuerons à communiquer de manière cohérente pour nous assurer que nos collègues restent informés.</p> <p>Le CCO redéfinira les attentes et assurera la transparence sur l'avenir de nos activités. Un fort engagement des employés renforcera les niveaux d'engagement du Centre alors que nous faisons progresser nos activités.</p> <p>Le nouveau gestionnaire des ressources humaines du CCO s'engage à développer des relations positives avec les employés et à améliorer les pratiques actuelles en matière de ressources humaines en apportant un regard neuf.</p>				
Mesures de performance	<p>LE CCO mène l'enquête auprès des collègues tous les deux ans. Nous avons reporté l'enquête 2021-22 en raison de la pandémie et avons l'intention de mener la prochaine au printemps 2023.</p>				
Description	Réel 2021 - 22	Plan 2022 - 2023	Budget 2023 - 2024	Plan 2024 - 2025	Plan 2025 - 2026
Taux de satisfaction	Reporté	Reporté	6/10	Pas de sondage	7/10

Objectif stratégique N° 5 : Responsabilité sociale & durabilité					
Objectif	<p>Le CCO reconnaît le rôle qu'il joue dans la vie et dans l'économie de sa collectivité et celui que cette collectivité joue dans le soutien et le renforcement de l'expérience de ses clients. Ce faisant, le CCO s'engage à agir de façon responsable et à maintenir une relation positive avec la collectivité.</p> <p>Alors que de nombreuses organisations pratiquent aujourd'hui des programmes de responsabilité sociale sous une forme ou une autre, le CCO a décidé d'en faire un élément central de ses activités. Entreprendre des initiatives socialement responsables nous permet non seulement d'attirer des consommateurs socialement conscients, mais aussi de faire une différence tangible dans le monde.</p>				
Stratégies	<p>Nous continuons à offrir trois programmes flexibles de RSE qui permettent aux clients d'avoir un impact positif avec un minimum d'effort, tous facilités par l'équipe du CCO. Ces programmes aident non seulement les moins fortunés de notre communauté, mais ils visent également à réduire les déchets destinés aux sites d'enfouissement.</p> <p>Programme « Laissez un héritage » : les clients peuvent faire don de tout ce qui reste après leur événement, y compris le matériel de marketing obsolète, les articles promotionnels et les denrées alimentaires non périssables.</p> <p>Mealshare : les clients peuvent contribuer à mettre fin à la faim des jeunes en faisant un don à Mealshare. En échange, le CCO créera des chevalets pour indiquer le nombre de repas que le don a permis de fournir à des jeunes dans le besoin.</p> <p>FoodRescue.ca : nous permet de faire don des aliments non utilisés à des organismes de bienfaisance tels que la Mission d'Ottawa, qui distribue le surplus aux personnes dans le besoin.</p> <p>Pour réduire notre besoin en poubelles vertes, le CCO utilise l'ORCA (Organic Refuse Conversion Alternative). L'ORCA prend tous les déchets organiques et décompose les déchets de compostage en eaux grises sans danger pour l'environnement, qui s'écoulent ensuite dans le système d'égouts. Nous avons modernisé notre presse à ballots de carton et poursuivons notre programme de gestion des déchets et notre mur de recyclage.</p> <p>Le CCO continue de faire partie de l'Ottawa Green Business Hub, un réseau d'entreprises d'Ottawa engagées dans la réduction des gaz à effet de serre. Ce programme nous offre un soutien éducatif et une orientation, alors que le CCO garde la durabilité à l'esprit.</p> <p>À l'avenir, nous nous efforcerons de rappeler et de rééduquer les participants et les collègues quant à l'importance du réacheminement des déchets et à l'impact qu'il a sur notre environnement, par le biais d'un marketing actualisé et d'une formation de haut niveau.</p>				
Mesures de performance	<p>Examiner la participation aux trois programmes de RSE susmentionnés à la fin de l'année.</p> <p>Le CCO participe à un programme rigoureux de gestion des déchets alimentaires et à des audits mensuels de la qualité des aliments, dans le cadre desquels l'ensemble de la cuisine est passé au crible et les résultats sont examinés par la direction.</p> <p>Des rapports sur le détournement des déchets sont produits et examinés chaque mois, et toute anomalie est traitée immédiatement.</p>				
Description	Réal 2021 - 2022	Prévisions révisées 2022 - 2023	Budget 2023 - 2024	Plan 2024 - 2025	Plan 2025 - 2026
Réacheminement des déchets	43 %	45 %	50 %	50 %	55 %

6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

	Réel au 2021-2022	Prévision révisée au 2022-2023	Budget au 2023-2024	Plan stratégique au 2024-2025	Plan stratégique au 2025-2026
Nourriture & Boisson	783,025	8,430,398	12,224,700	11,347,245	11,871,329
Location des installations	356,582	4,394,805	5,481,990	5,404,538	5,867,785
Commissions	186,301	1,770,376	1,593,602	1,507,660	2,102,085
Publicité	477,799	537,506	625,569	700,732	734,353
Autres revenus	5,408,523	2,521,927	306,452	301,788	396,828
REVENU BRUT TOTAL	7,212,230	17,655,012	20,232,313	19,261,963	20,972,381
Croissance des revenus	20.09%	144.79%	14.60%	-4.80%	8.88%
COÛT DES VENTES	587,283	6,294,729	8,888,935	8,378,613	8,768,833
REVENU NET	6,624,947	11,360,283	11,343,378	10,883,350	12,203,548
Croissance du revenu net	10.49%	71.48%	-0.15%	-4.06%	12.13%
DÉPENSES					
Installations	2,680,141	4,305,517	5,196,723	5,192,086	5,282,603
Services publics	621,614	1,002,458	1,138,000	1,180,350	1,224,527
Ventes & Marketing	775,533	1,559,977	1,815,740	1,606,939	1,643,879
Général & Administration	1,551,681	1,843,387	1,929,799	1,984,611	2,041,428
DÉPENSES TOTALES	5,628,969	8,711,339	10,080,262	9,963,986	10,192,437
Pourcentage du revenu brut	78.0%	49.3%	49.8%	51.7%	48.6%
EXCÉDENT D'EXPLOITATION	995,978	2,648,944	1,263,116	919,364	2,011,111
Pourcentage du revenu brut	13.81%	15.00%	6.24%	4.77%	9.59%
Frais d'intérêts	(1,043,879)	(1,034,996)	(1,025,687)	(1,015,934)	(1,005,716)
Amortissement des contributions reportées	3,344,254	3,512,456	3,656,673	3,902,540	4,337,430
Gain sur restructuration de la dette					
Amortissement des immobilisations	(4,882,469)	(5,175,856)	(5,367,696)	(5,679,705)	(5,887,939)
Excédent des revenus sur les dépenses	(1,586,116)	(49,452)	(1,473,594)	(1,873,735)	(545,115)

BILAN

	Réel au 31 mars 2022	Prévisions révisées au 31 mars 2023	Budget au 31 mars 2024	Plan stratégique au 31 mars 2025	Plan Stratégique au 31 mars 2026
ACTIFS					
Actuel					
Encaisse	5,503,023	6,122,561	5,988,935	5,840,351	6,313,268
Comptes recevables	804,450	804,450	977,970	1,078,723	1,478,583
Dépenses payées d'avance	126,412	126,412	126,412	126,412	126,412
Total des actifs courants	6,433,885	7,053,423	7,093,317	7,045,487	7,918,263
Immobilisations corporelles	129,523,631	126,315,774	124,784,899	125,345,388	123,622,154
Total des actifs	135,957,517 \$	133,369,197 \$	131,878,216 \$	132,390,875 \$	131,540,418 \$
PASSIFS ET ACTIF NET					
Actuel					
Comptes payables et charges à payer	1,954,246	2,238,664	2,518,070	2,681,515	2,672,928
Revenus différés et dépôts des clients	2,822,929	2,919,260	2,646,634	2,745,995	2,946,250
Tranche de la dette à long terme	195,005	204,311	214,062	224,282	-
Total des passifs courants	4,972,179	5,362,235	5,378,766	5,651,792	5,619,178
Revenus reporté et dépôts	746,331	650,000	650,000	650,000	550,000
Dette à long terme	28,225,898	28,021,588	27,807,523	27,583,239	27,583,239
Apports reportés - Immobilisations	91,645,909	90,101,452	90,281,599	92,619,250	92,446,522
Total des passifs	120,618,138	118,773,040	118,739,122	120,852,489	120,579,761
Actif net (déficit)	10,367,200	9,233,921	7,760,328	5,886,593	5,341,478
Total passifs et actifs net	135,957,517 \$	133,369,196 \$	131,878,216 \$	132,390,874 \$	131,540,418 \$

FLUX DE TRÉSORERIE

	Réel au 31 mars 2022	Prévisions révisées au 31 mars 2023	Budget au 31 mars 2024	Plan stratégique au 31 mars 2025	Plan Stratégique au 31 mars 2026
Flux de trésorerie fournis par (utilisés dans)					
Activités d'exploitation					
Excédent des dépenses sur les revenus de l'année	(1,586,116)	(1,133,277)	(1,473,594)	(1,873,735)	(545,115)
Éléments sans incidence sur les disponibilités					
Amortissement des immobilisations corporelles	4,882,469	5,175,856	5,367,696	5,679,705	5,887,939
Amortissement des apports reportés liés aux immobilisations corporelles	(3,344,254)	(3,512,456)	(3,656,673)	(3,902,540)	(4,337,430)
Gain sur la restructuration de la dette					
Capitalisation des intérêts sur la dette à long terme					
	(47,901)	530,123	237,429	(96,570)	1,005,394
Variations nettes du fonds de roulement hors caisse	2,378,467	464,438	(166,741)	162,050	(308,195)
	2,330,566	994,560	70,688	65,480	697,199
Activités d'investissement					
Achat d'immobilisation capitales	(1,866,351)	(1,757,515)	(3,836,820)	(6,240,192)	(4,164,702)
Frais reportés	1,646,718	1,577,498	3,836,820	6,240,192	4,164,702
	(219,633)	(180,017)	-	-	-
Activités de financement					
Augmentation (diminution) de la dette à long terme	(186,120)	(195,005)	(204,314)	(214,064)	(224,282)
Ligne de crédit					
Cotisations au ministère du Tourisme					
	(186,120)	(195,005)	(204,314)	(214,064)	(224,282)
Entrée (sortie) nette de trésorerie	1,924,813	619,539	(133,626)	(148,583)	472,917
Disponibilités au 1er avril	3,578,209	5,503,022	6,122,561	5,988,935	5,840,351
Disponibilités au 31 mars	5,503,022	6,122,561	5,988,935	5,840,351	6,313,269
Fonds réservés par politique et par contrat	3,569,260	3,569,260	3,296,634	3,395,995	3,496,250
Liquidités disponibles	1,933,763	2,553,301	2,692,301	2,444,356	2,817,019

7. RESSOURCES HUMAINES

SOMMAIRE DU PERSONNEL

À l'exception du personnel de gestion et d'administration, le CCO est syndiqué depuis décembre 1995, représenté par les Métallurgistes unis d'Amérique (sections locales 8327 et 5297).

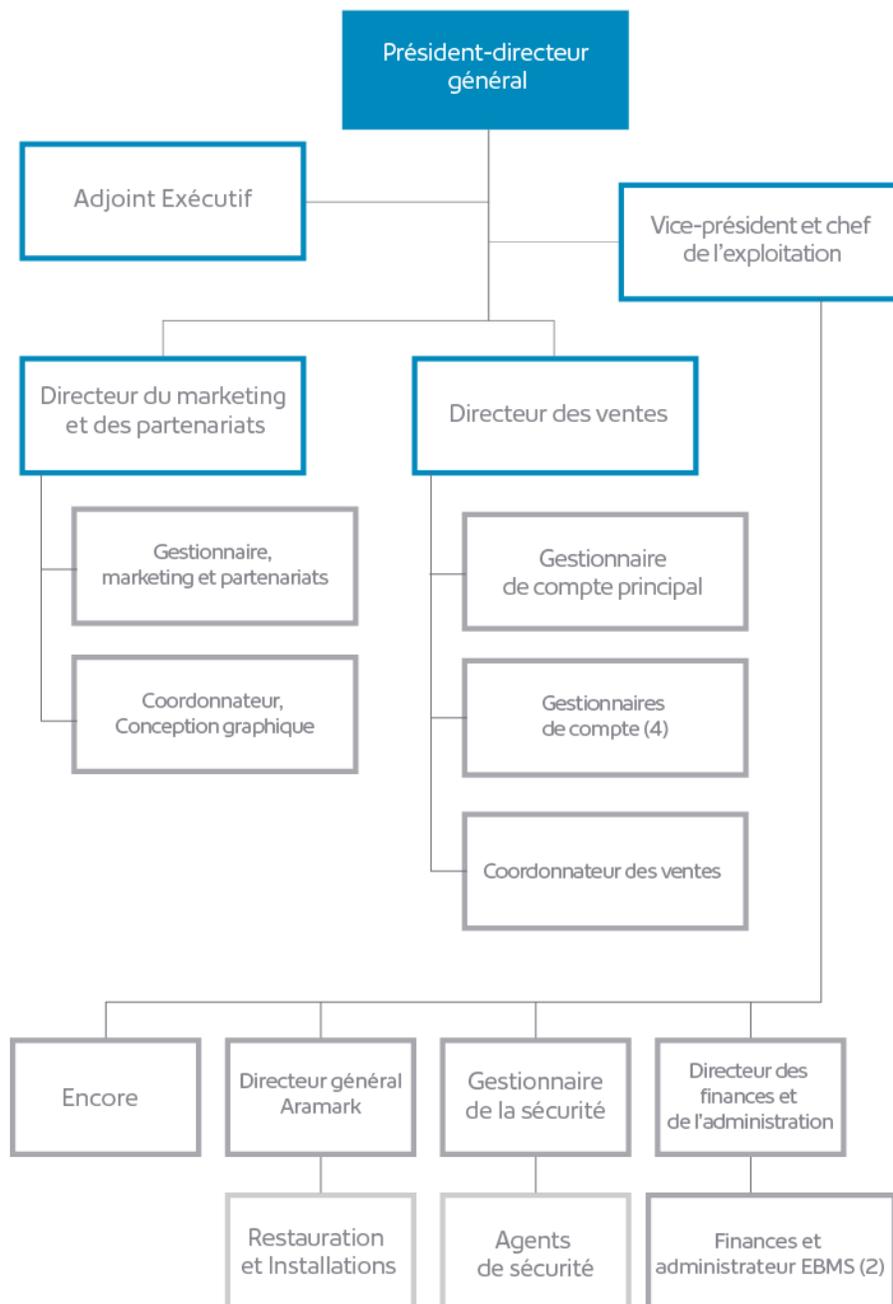
La convention collective de la section locale 8327 a expiré le 30 septembre 2020. En raison de la pandémie, elle a été reconduite en septembre 2020, puis en septembre 2021. Les négociations commenceront pour cette section locale à l'hiver 2022. La section locale 8327 représente le personnel de service et relève du fournisseur de services des installations, Aramark Entertainment Services Inc.

La section locale 5297 représente le personnel de sécurité et relève de du CCO. La convention collective de la section locale 5297 a expiré le 30 septembre 2022. Les négociations pour cette section locale commenceront au début de l'année 2023.

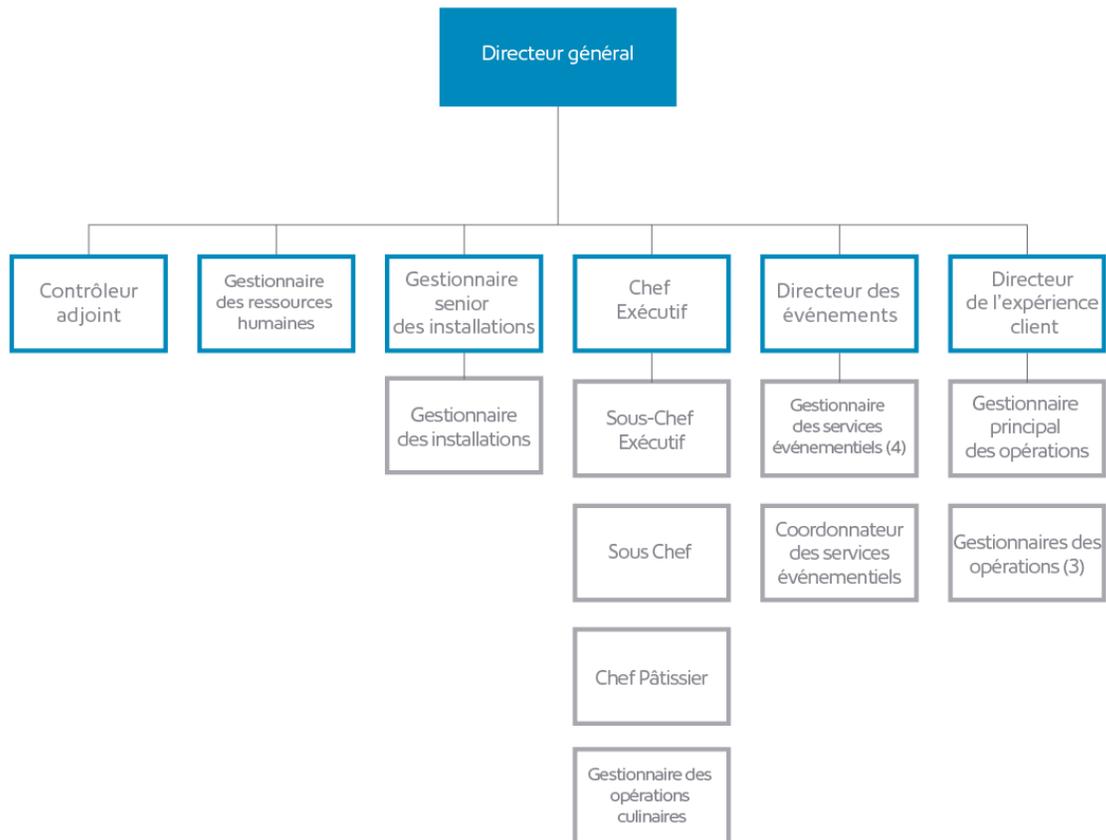
Voici un aperçu actuel du personnel en date de novembre 2022.

CLASSIFICATION	CCO	ARAMARK	TOTAL
Temps plein syndiqués	6	5	11
Temps partiel syndiqués	1	111	112
Occasionnels syndiqués	4	52	56
<i>Sous-total employés syndiqués</i>	<i>11 (Local 5297)</i>	<i>168 (Local 8327)</i>	<i>179</i>
Temps plein non syndiqués	16	24	40
Temps partiel non syndiqués	0	2	2
<i>Sous-total employés non syndiqués</i>	<i>16</i>	<i>26</i>	<i>42</i>
TOTAL	27	194	221

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA



STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU FOURNISSEUR DE SERVICES DU CCO



8. INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS

PARTENARIAT STRATÉGIQUE AVEC TOURISME OTTAWA

Une approche cohérente entre l'organisation de marketing de destination (DMO) et le Centre est essentielle car les ressources sont rares et la concurrence qui émergera de COVID-19 sera féroce. La résurgence de cette pandémie nécessite des approches nouvelles et innovantes pour assurer la sécurité des réunions et aller de l'avant.

Le taux d'occupation des hôtels n'ayant pas encore retrouvé son niveau d'avant la pandémie, la taxe municipale sur l'hébergement générera des recettes moindres pour Tourisme Ottawa. Collectivement, nous constatons une reprise plus rapide sur le marché national des entreprises et sur le marché local. Le CCO connaît un intérêt accru de la part du marché des congrès internationaux ; cependant, nous reconnaissons que ce secteur met plus de temps à passer à travers le cycle de vente.

En fonction de nos ressources actuelles, nous travaillerons en étroite collaboration avec Tourisme Ottawa pour nous assurer que nous ne dupliquons pas nos efforts et que nous utilisons nos actifs à bon escient. Les activités de vente passeront principalement des appels virtuels aux rencontres en personne, ce qui soutiendra en fin de compte le principe pour lequel le Centre a été construit, à savoir les réunions en personne. La nécessité d'augmenter les ressources humaines sera au centre de nos préoccupations alors que nous cherchons à reconstruire notre entreprise. Le maintien en poste du personnel a été difficile, les employés se tournant vers des industries et des secteurs moins touchés par la pandémie. Le programme Pensez Ottawa a été mis en veilleuse et sera réexaminé à la fin de 2023-2024, mais il demeure un programme actif de Tourisme Ottawa.

ARAMARK – FACILITY SERVICE PARTNERSHIP

En 2010, le CCO et Aramark ont conclu un partenariat de 15 ans dans lequel Aramark fournit des services de soutien complets. La réputation du CCO en tant que centre de congrès de classe mondiale est renforcée par notre extraordinaire prestation de service à la clientèle et notre offre de produits exceptionnelle gérée par Aramark. Une indicateur clé dans le suivi de ce résultat est notre sondage de satisfaction client. Le CCO est resté stable d'une année à l'autre avec un score de 4,6 sur 5 aux sondages auprès de nos clients en ce qui concerne la satisfaction globale, la fidélité et la valeur reçue pour le prix payé. Il est clair que Aramark offre en permanence qualité et constance dans un secteur soumis à des normes rigoureuses.

L'engagement d'Aramark en faveur du service à la clientèle et de l'excellence opérationnelle a joué un rôle important dans l'obtention par le CCO du prix du "meilleur centre de congrès au monde" décerné par l'AIPC. Notre défi collectif est de maintenir ces scores alors que le marché des réunions et des événements post-COVID a modifié les attentes des clients à l'égard du Centre. Avec le départ de nombreuses personnes expérimentées dans le secteur de l'hôtellerie, nous avons maintenant affaire à de nombreux organisateurs de réunions inexpérimentés et à des entreprises qui n'ont plus - ou qui n'engagent plus - d'organisateur de réunions professionnels. Les clients doivent relever le défi de nous fournir les informations nécessaires en temps voulu pour planifier et exécuter leurs événements avec succès. Nous sommes constamment confrontés à des retards d'information et à des changements de dernière minute, sur place, pour tenir compte du manque de connaissances et de planification du client. La pénurie de main-d'œuvre et la difficulté d'attirer des travailleurs exercent une pression supplémentaire sur nos employés, qui doivent fournir des prestations de haut niveau. Nous devons envisager des changements opérationnels et éventuellement politiques pour tenir compte de cette évolution du comportement et des exigences des clients.

Le CCO et Aramark sont réputés pour leur éventail de programmes de reconnaissance, comme les programmes « Encore! Encore! » et « WEST » (*Welcome, Engage, Smile, Thanks* – Accueillir, Établir le contact, Sourire et Remercier). Ces programmes sont complétés par nos programmes de reconnaissance client « Golden Pin » et Star qui sont très appréciés. Le CCO continue d’être classé parmi les centres de congrès les plus performants d’Aramark en Amérique du Nord.

Le mentorat des cadres à haut potentiel de l'industrie touristique est un objectif commun à la fois pour le CCO et pour Aramark. C'est dans cet esprit qu'Aramark, avec le soutien du CCO, offre des opportunités de développement de leadership pour les gestionnaires et les superviseurs de leurs propriétés sœurs afin d'acquérir de l'expérience dans des installations beaucoup plus grandes que le CCO ou dans la production d'événements d'une plus grande échelle que ceux présentés à Ottawa. Il s'agit d'une opportunité réciproque, car le CCO utilise occasionnellement des gestionnaires et des superviseurs d'autres établissements reliés quand des besoins supplémentaires en main-d'œuvre sont requis en raison de la forte demande d'événements.

ENCORE – PARTENARIAT POUR LES SERVICES D'AUDIOVISUEL, DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS, DE GRÉAGE ET D'ÉLECTRICITÉ

C'est également en 2010, que le CCO et Encore ont conclu un partenariat de 15 ans dans le cadre duquel Encore fournit les principaux services événementiels de nos événements, y compris les services audiovisuels et les technologies de l'information et de la communication (TIC). En janvier 2019, The Freeman Company (l'ancienne société mère d'Encore) et PSAV ont conclu un accord d'achat pour que PSAV acquière Encore Event Technologies, y compris Encore AV Canada. En octobre 2019, la transaction a été approuvée et est maintenant finalisée. Bien que cela ne représente aucun changement actuel dans la relation entre le CCO et Encore, nous prévoyons que cette fusion et cette acquisition amélioreront les options technologiques sur site. Le 1er mars 2021, Encore a obtenu le contrat de gréage et d'électricité, ce qui s'ajoute à sa vaste gamme d'offres de services « tout-en-un » au CCO, qui comprend maintenant des offres Internet, de télécommunications, d'affichage numérique, d'audiovisuel, virtuelles et hybrides.

La technologie est un facteur essentiel pour l'obtention de conventions. Elle est très compétitive et la demande de réservations est élevée. Encore fournit un service clé en main pour les congrès et les événements, et le CCO perçoit une commission sur les ventes de services, une source de revenus importante. L'efficacité de cette solution fournie est démontrée par nos enquêtes de satisfaction auprès des clients et par les réservations négociées. Sans ces services d'un niveau aussi professionnel, notre capacité à vendre des événements dans l'installation serait compromise. Encore fournit à nos clients les services audiovisuels et les TIC nécessaires à la production d'événements depuis avril 2011. En moyenne, ils fournissent 95 % des événements de l'établissement. Les objectifs de notre partenariat sont doubles : i.) maximiser la part de marché d'Encore dans les événements et augmenter les revenus, et ii.) maintenir les niveaux et les normes de service à la clientèle.

Afin de s'attaquer à la question de la part de marché et, plus important encore, d'augmenter la part des événements qui font actuellement appel à notre partenaire de service, le CCO et Encore se sont engagés dans un cycle de vente et de service collaboratif. Cette approche de vente collaborative permet à Encore de servir 95 % de nos clients.

Répondre aux besoins en constante évolution de nos clients est un principe clé de notre partenariat avec Encore. Les fenêtres de réservation sont plus courtes, les négociations plus détaillées et plus vigoureuses, les exigences technologiques plus grandes et les attentes plus élevées en matière de qualité et de service. Grâce à notre accord, Encore peut facilement sortir d'un système de proposition rigide pour proposer des offres flexibles et adaptées aux risques afin de répondre aux besoins des clients, qu'ils soient nationaux ou internationaux. Il s'agit d'une approche saine, propice dans un environnement où il est essentiel d'être perçu comme une entreprise avec laquelle il est facile de faire des affaires pour se forger une solide réputation.

Encore innove en permanence pour offrir des solutions de pointe à ses clients et à ses partenaires. Elle a récemment lancé un logiciel de gestion des relations avec la clientèle, Compass, qui permet aux sites et aux équipes internationales d'Encore de travailler en toute transparence en intégrant le système commercial du site à une fonctionnalité robuste d'entonnoir de vente qui offre une intégration, une visibilité et des niveaux de rapport uniques dans notre secteur d'activité. Cet outil exclusif est une solution technologique collaborative actuellement utilisée par Encore et le CCO pour augmenter les revenus mutuels et la part de marché et a été financé uniquement par Encore. Encore a récemment développé et intégré un nouveau système de ventes événementielles, Polaris, entièrement intégré à Compass. Ce système fournira des données bidirectionnelles en temps réel, des rapports financiers et des informations sur les clients depuis le début du cycle de vente jusqu'au suivi post-événement.

Encore propose également une série de plateformes virtuelles et hybrides. Indépendamment des restrictions de voyage ou des circonstances personnelles, Encore peut aider le spectacle à se poursuivre même si un présentateur important ou certains participants ne peuvent pas être présents en personne. Chime Live, Content1 et Cvent Attendee Hub sont des solutions qui permettent à chacun de rester connecté sans perdre l'engagement et l'interaction du public. En fait, les événements virtuels et hybrides offrent de nombreux avantages, notamment des possibilités de parrainage et une plus grande capacité d'engagement du public. En raison de la forte demande de connectivité Internet liée aux événements virtuels et hybrides, Encore, avec l'approbation du CCO, a récemment mis à niveau le service Telco backbone de 500Mbps à un service de 1Gigabit avec une redondance de 1Gigabit.

L'équipe de gestion à temps plein d'Encore sur place est revenue aux niveaux de 2019, avec des rôles de directeur nouvellement créés qui s'alignent sur les rôles de directeur du CCO, à savoir le directeur des ventes, le directeur des opérations, le directeur informatique et le directeur de la technologie événementielle. Chaque directeur travaille en étroite collaboration avec chacun des directeurs du CCO afin de mieux aligner les approches, de rationaliser les communications bilatérales et d'assurer la collaboration entre les unités opérationnelles.

Encore a récemment travaillé avec le département des ventes et marketing pour aligner tous les documents commerciaux et opérationnels destinés aux clients sur la marque marketing du CCO. Encore dispose d'une équipe créative nationale qui peut désormais soutenir le CCO lorsqu'elle est sollicitée pour la conception créative ou le soutien de tout projet nécessitant une expertise ou une complexité plus élevée.

En raison du vieillissement de notre technologie, il est de plus en plus nécessaire d'étendre la portée de l'assistance informatique dans l'établissement. Une grande partie du travail prévu pour l'année prochaine consistera à planifier les mises à jour des logiciels et les changements technologiques. Nous envisageons de partager une ressource avec Encore en engageant un troisième professionnel de l'informatique pour répondre aux besoins croissants de l'entreprise. Cette embauche permettra d'apporter une aide supplémentaire dans tous les aspects de la technologie dans le bâtiment, y compris les problèmes liés aux caméras de sécurité, les contrôles d'accès (C-Cure), l'éclairage et les systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation.

SHAW COMMUNICATIONS – PARTENARIAT DE DROITS DE DÉNOMINATION

Le 16 octobre 2014, le Centre des congrès d'Ottawa et Shaw Communications inc. ont annoncé la signature d'un accord de 10 ans visant les droits de dénomination. Le partenariat, en vertu duquel le CCO porte le nom de Centre Shaw, permet aussi à Shaw Communications de présenter ses produits aux clients, comme le service de Wi-Fi. Plus particulièrement, les visiteurs du Centre ont maintenant accès à Shaw Go Wifi, le réseau Wi-Fi extrêmement fiable de Shaw, dans l'ensemble des installations, avec un accès gratuit universel dans l'atrium du premier étage et dans la salle de bal Trillium. Cette relation aidera le Centre Shaw à consolider sa position à Ottawa et à assurer sa croissance permanente dans le lucratif marché des réunions et congrès nationaux et internationaux. Pour la nouvelle décennie, le CCO/Centre Shaw entend faire usage du dynamisme de l'une des plus grandes marques et entreprises du paysage médiatique canadien pour amplifier et rehausser sa position et sa réputation en tant que centre des congrès de classe mondiale.

Le 15 mars 2021, Shaw Communications et Rogers Communications ont annoncé une entente prévoyant l'achat de Shaw Communications par Rogers. La fusion doit être approuvée par les autorités réglementaires avant d'être finalisée. À l'heure actuelle, nous ne savons pas si cette fusion sera approuvée ou quand elle le sera.

9. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION

Le secteur ayant retrouvé son niveau d'avant la pandémie, nous pouvons maintenant nous concentrer sur les initiatives mises de côté au plus fort de la pandémie. Nous utiliserons les données analytiques recueillies au cours de l'année pour mettre en œuvre des campagnes stratégiques de sensibilisation à la marque. Ces campagnes utiliseront notre titre actuel de "Meilleur centre de congrès du monde", décerné par l'Association internationale des centres de congrès (AIPC), sur la base des commentaires des clients. Elles mettront également l'accent sur les caractéristiques distinctives de nos installations, son personnel exceptionnel et les avantages qu'elle offre à nos segments de marché cibles. Pour compléter ces campagnes, nous continuerons à nous engager auprès de nos clients existants, par le biais de divers canaux de communication, y compris, mais sans s'y limiter, les plateformes de médias sociaux, les blogs et les bulletins d'information.

Nous appliquerons diverses tactiques de création de relations pour transformer les groupes de protagonistes clés en ambassadeurs de la marque. Nos groupes de protagonistes comprennent les employés, les fournisseurs, les annonceurs et les sponsors, les clients, les collègues de l'industrie, les voisins, les partenaires gouvernementaux, les médias et le grand public.