



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 2024 / 2025

TABLE DES MATIÈRES

1.	RÉSUMÉ ANALYTIQUE.....	4
2.	MANDAT ET VISION	7
3.	ANALYSE ENVIRONNEMENTALE.....	9
4.	STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2024-2025	10
5.	OBJECTIFS ANNUELS ET INDICATEURS	14
6.	SOMMAIRE BUDGÉTAIRE.....	19
7.	RESSOURCES HUMAINES	22
8.	INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS.....	25
9.	APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION.....	28

LISTE DES ABRÉVIATIONS

La majorité des abréviations n'existent qu'en anglais mais afin de faciliter la compréhension une définition en français a été incluse.

ABBREVIATION	DÉFINITION ORIGINALE EN ANGLAIS	DÉFINITION EN FRANÇAIS
AIPC	International Association of Convention Centres	Association internationale des centres de congrès
APEX	Achieving Professional Excellence	Atteindre l'excellence professionnelle
ATM	Automated Teller Machine	Machine de guichet automatique
AV	Audio Visual	Audio-visuel
B2B	Business to Business	Commerce interentreprises
CanSPEP	Canadian Society of Professional Event Planners	Société canadienne de planificateurs professionnels d'événements
CDF	Convention Development Fund	Fonds de développement des congrès
CEO - PDG	Chief Executive Officer	Président directeur général
CSAE	Canadian Society of Association Executives	Société canadienne des directeurs d'association
CSR - RSE	Corporate Social Responsibility	Responsabilité sociale des entreprises
DEI	Diversity, Equity and Inclusion	Diversité, équité et inclusion
DMO - OMD	Destination Marketing Organization	Organisation de marketing de destination
ELT	Executive Leadership Team	Équipe de direction exécutive
F&B	Food and Beverage	Restauration
HR - RH	Human Resources	Ressources humaines
HRIS - SIRH	Human Resources Information System	Système d'information sur les ressources humaines
HVAC - CVC	Heating, Ventilation and Air Conditioning	Chauffage, ventilation et climatisation
IAVM	International Association of Venue Managers	Association internationale des gestionnaires de site
ICCA	International Congress and Convention Association	Association internationale des congrès et des conventions
ICT - TIC	Information, Communication and Technology	Technologies de l'information et de la communication
ICW	International Coaching Week	Semaine internationale du coaching
IEEE	Institute of Electrical and Electronics Engineers	Institut des ingénieurs électriciens et électroniciens
IMEX	Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events	Salon mondial IMEX pour les voyages de motivation, les réunions et les événements

IT - TI	Information Technology	Technologie de l'information
ITAC - ATC	Indigenous Tourism Association of Canada	Association touristique autochtone du Canada
ITDF - FDTA	Indigenous Tourism Development Fund	Fonds pour les destinations touristiques autochtones
LEED	Leadership in Energy and Environmental Design	Leadership en matière d'énergie et de conception environnementale
MAT	Municipal Accommodation Tax	Taxe municipale d'hébergement
MBC	Management Board of Cabinet Act	Loi sur le conseil d'administration du cabinet
MTCS	Ministry of Tourism, Culture and Sport	Ministère du tourisme, de la culture et du sport
MICE	Meeting, Incentive, Convention, Events	Réunion, Incentive, Convention, Événements
MOU - PE	Memorandum of Understanding	Protocole d'accord
MPI	Meeting Professionals International	Association internationale des professionnels de la réunion
MWL	MyWorkLife	Ma vie au travail
OAGO - BVGO	Office of the Auditor General of Ontario	Bureau du vérificateur général de l'Ontario
OBJ	Ottawa Business Journal	Journal économique d'Ottawa
OBT	Ottawa Board of Trade	Chambre de commerce d'Ottawa
OCC - CCO	Ottawa Convention Centre	Centre des congrès d'Ottawa
ORCA	Organic Refuse Conversion Alternative	Alternative à la conversion des déchets organiques
PCL	Poole Construction Limited	
PCMA	Professional Conference Managers Association	Association professionnelle des organisateurs de conférences
RAM	Random Access Memory	Mémoire vive
SMERF	Social, Military, Education, Religious and Fraternal	Groupes sociaux, militaires, éducatifs, religieux et fraternels
SSD	Solid State Drives	Disque a mémoire flash
TBD	To be Determined	A déterminer
TD	Toronto Dominion	
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
WEC	World Education Congress	Congrès mondial de l'éducation
WEST	Welcome, Engage, Smile, Thanks	Accueillir, Établir le contact, Sourire et Remercier
WSIB	Workplace Safety and Insurance Board	Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE

La période 2023/2024 a été marquée par notre optimisme quant au retour à la normale après la pandémie. L'été a été marqué par un nombre sans précédent de congrès nationaux et internationaux. Nous avons accueilli des groupes tels que l'Association canadienne des chefs de police, la Société pour l'étude de la reproduction, le Congrès mondial des sourds-aveugles, la compétition nationale Candance 2023, la Conférence internationale sur les collisions photoniques, électroniques et atomiques, le Congrès des sections de l'IEEE (Institut des ingénieurs électriciens et électroniciens) et l'Association internationale pour la dynamique des systèmes de véhicules, pour n'en citer que quelques-uns. Nous sommes fiers d'avoir accueilli ces événements prestigieux sur le territoire non cédé des Anishinaabe et des Algonquins et nous les remercions de leur gestion de nos terres. L'année 2023/2024 a été une bonne année pour les congrès ; cependant, nous reconnaissons que les événements d'affaires ne reprendront pas complètement au Canada avant 2026/2027, ce qui ouvre la voie à un environnement extrêmement compétitif. Si l'on ajoute à cela les problèmes liés aux visas des visiteurs, le Canada reste confronté à des difficultés sur la scène internationale pour regagner son rang, qui est passé des sept premières destinations mondiales à la quinzième place qu'il occupe actuellement en termes de fréquentation touristique. Nous continuerons à travailler avec l'Association de l'industrie touristique du Canada, les Centres de congrès du Canada et Meetings Mean Business pour plaider en faveur de la rationalisation des processus et de l'identification des moyens d'accélérer l'obtention des visas de visiteur et d'éliminer les obstacles à l'entrée.

Les demandes à court terme continuent d'alimenter notre canal de vente pour l'année en cours. Bien que nous soyons heureux d'accepter des événements à court terme, le défi reste difficile à relever en ce qui concerne la planification d'événements, les planificateurs tardant à fournir le nombre de participants et les détails de l'événement.

Une stratégie fructueuse continue d'offrir des incitatifs pour les contrats pluriannuels, comme en témoignent les engagements de trois ans de l'Assemblée des Premières Nations, de l'Institut de la gestion financière, de l'Association canadienne de défense et de sécurité et de l'Institut des biens immobiliers du Canada.

L'automne 2023 a conclu un audit de huit mois effectué par le BVG, qui a donné lieu à une recommandation du Bureau du vérificateur général de s'engager avec les parties prenantes locales et provinciales à rafraîchir le dynamisme du centre-ville d'Ottawa.

La collaboration continue avec notre partenaire stratégique, Tourisme Ottawa, dans tous les segments de congrès, les activités de parrainage et l'accueil des clients nous a permis de maximiser les budgets de marketing et de vente. Le lancement d'Air France et l'annonce de la poursuite du service toute l'année entre Paris et Ottawa ont fourni une porte d'entrée très attendue vers l'Europe et le marché des congrès internationaux.

Le CCO continue d'apporter des améliorations à ses installations afin d'équilibrer la charge des événements et la disponibilité pour effectuer des réparations telles que les réparations du système de chauffage, de ventilation et de climatisation, la modernisation de l'éclairage et l'escalier extérieur à partir du pont McKenzie King. L'installation d'écrans numériques au niveau 2 a permis d'animer l'espace et a constitué une source de revenus supplémentaire.

À l'automne 2023, nous avons lancé notre nouveau plan stratégique pour les trois prochaines années. Notre conseil d'administration a validé, ajusté et remis en question notre mission, notre vision et nos valeurs fondamentales pour les trois prochaines années. Cette année, nous avons également été informés du rachat de Shaw Communications par Rogers Communication, qui a fait part de son intention d'abandonner progressivement la marque Shaw Communications, ce qui pourrait être l'occasion de relancer notre marque.

En ce qui concerne les relations sociales, nous avons eu le plaisir de ratifier une nouvelle convention collective avec notre division de la sécurité et de poursuivre les discussions avec notre plus grande unité de négociation (banquets, entretien ménager, installations) dont la convention collective a expiré à la fin du mois de septembre.

Les initiatives décrites dans le présent plan d'activité reflèteront toutes les activités, y compris les partenariats stratégiques et les parrainages. Nous reconnaissons notre responsabilité vis-à-vis du ministère et de notre conseil d'administration. Nous remercions notre conseil d'administration pour son orientation stratégique, sa supervision et sa capacité à voir plus grand et plus audacieux alors que nous continuons à bâtir sur notre succès.

Plusieurs changements de personnel ont eu lieu au sein du ministère avec le départ du ministre adjoint et du ministre adjoint chargé de l'assistance. Nous nous réjouissons de collaborer avec le ministère pour pourvoir ces postes essentiels. Nous apprécions les conseils que le ministère a donnés à l'équipe du CCO alors que nous reconstruisons notre entreprise en reconnaissant l'importance des ventes et du marketing et en entretenant nos installations pour nous assurer que nous restons les meilleurs dans le secteur international de l'accueil d'événements.

Nous exprimons également notre gratitude à nos partenaires les plus proches, Aramark Entertainment Services Canada Inc et Encore Canada. Collectivement, nous avons surmonté de nombreux obstacles alors que les événements d'affaires reviennent au centre avec de nouvelles opportunités d'adopter des pratiques de durabilité, des problèmes de chaîne d'approvisionnement et des attentes accrues de la part des planificateurs d'événements pour acheter des produits locaux. Nous tenons à souligner l'engagement constant de nos collègues en faveur du service à la clientèle et de l'excellence. Nos collègues sont l'élément vital de notre entreprise, même s'ils sont très occupés ; ils continuent à faire en sorte que la magie opère chaque jour !

RÉSULTATS 2023/2024

Le Centre a entamé cet exercice avec un calendrier chargé de conférences nationales et internationales dans tous les secteurs du marché. Nos relations avec la communauté autochtone ont donné lieu à plusieurs conventions à court terme et à des réunions de plusieurs jours avec l'Assemblée des Premières Nations. L'équipe de vente continue de travailler pour répondre à toutes les demandes d'espace événementiel. Les fêtes de fin d'année ont repris cette année avec un optimisme renouvelé pour l'avenir. Notre équipe culinaire a relevé le défi de produire des offres culinaires innovantes, y compris des options végétaliennes et à base de plantes, afin de soutenir le désir de nos clients d'améliorer les pratiques de durabilité. Les notes attribuées au service à la clientèle restent constamment élevées (4,7/5).

PERSPECTIVES POUR 2024/2025

En 2024/2025, les recettes globales devraient diminuer de 5 % par rapport à l'année précédente et les dépenses devraient être supérieures à celles de l'année précédente. Plusieurs améliorations des immobilisations sont nécessaires en 2024/2025 pour maintenir notre réputation de leader. Nos activités de congrès ont également stagné, avec moins de congrès et moins de grandes conférences à l'échelle de la ville. On s'attend à ce que l'activité à court terme reste forte dans le secteur des réunions. Le centre dégagera un excédent en 2024/2025.

2. MANDAT ET VISION

VISION

Une équipe inspirée qui organise des événements exceptionnels.

Notre vision s'appuie sur les piliers suivants :

1. L'impact économique
2. Un service à la clientèle extraordinaire
3. Durabilité (financière, sociale, environnementale)

BUT FONDAMENTAL

Nous sommes le lieu de rencontre du Canada.

Le Centre des Congrès d'Ottawa, en collaboration avec nos partenaires touristiques, offre une scène où des invités du monde entier se rassemblent pour découvrir la capitale du Canada, générant ainsi des retombées économiques.

MANDAT ÉCONOMIQUE

Le Centre des Congrès d'Ottawa fonctionne de manière rentable en coopération avec nos partenaires de l'industrie du tourisme et génère un impact économique positif pour les trois niveaux de gouvernement.

DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

Au Centre des Congrès d'Ottawa, nous visons à favoriser un environnement où tous les membres de l'équipe peuvent être eux-mêmes, en s'épanouissant dans une culture qui respecte leurs idées, leurs croyances et leurs identités. Notre milieu de travail encourage le partage des expériences et des perspectives de tous les membres du personnel, ce qui offre davantage de possibilités d'avancement, de pensée créative, de résolution de problèmes et d'engagement significatif.

VALEURS PARTAGÉES

- Collaboration
- Communauté
- Inclusion
- Innovation
- Transparence

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

Destination Canada et l'Association de l'industrie touristique du Canada prévoient que les événements d'affaires reviendront aux niveaux d'avant la pandémie en 2027/2028. Le tourisme de loisir a rebondi beaucoup plus rapidement que les événements d'affaires en Amérique du Nord en général. Si les événements hybrides ont donné le coup d'envoi de l'année, ils se sont rapidement dissipés à mesure que l'année avançait en raison du coût important de la main-d'œuvre et de l'audiovisuel nécessaires à la tenue d'événements simultanés. Les organisateurs de réunions ont reconnu l'importance des événements en personne.

En 2023/2024, le CCO a adopté une approche consciente pour augmenter les activités de vente et de marketing afin de s'assurer que le CCO demeure une destination de choix pour les réunions. Nos concurrents ont fait de même, car nous rivalisons pour attirer les associations et les entreprises. Nous sommes fiers d'accueillir la réunion annuelle de l'Association touristique autochtone du Canada en février 2024. La capacité d'accueillir des cérémonies de purification et notre expérience en matière d'accueil d'événements au cours de l'année ont permis d'organiser plusieurs conférences autochtones au CCO. Le CCO a participé aux salons IMEX America et IMEX Frankfurt, qui ont tous deux connu un succès phénoménal et généré de nombreux prospects. Nous avons l'honneur d'être invités à l'événement Gleneagles de Tourisme Ottawa, qui a lieu chaque année en juin en Écosse. Cette fin de semaine intime avec des clients potentiels a toujours permis à Ottawa et au CCO de conclure de nouvelles affaires.

Bien que nous soyons heureux d'avoir accueilli Air France à Ottawa, nous n'avons pas retrouvé notre accès aérien d'avant la pandémie, ce qui fait qu'Ottawa n'est pas aussi bien reliée aux grandes villes des États-Unis et du Canada.

4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2024-2025

Catégorie de risque : Opérationnel / Emplacement	
Situations d'urgence et de crise	
Description	Le CCO dispose d'un plan complet de préparation aux situations d'urgence qu'il partage avec ses clients. La force du centre de congrès a toujours été et continue d'être la sûreté et la sécurité du bien, 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.
Priorité stratégique connexe	Durabilité (financière, sociale, environnementale)
Répercussions et portée	MODÉRÉ 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.
Mesures d'atténuation	Nous améliorons continuellement notre plan de préparation aux situations d'urgence en révisant et en mettant à jour nos informations, nos procédures et nos formations. Nous examinons et mettons à jour en permanence la technologie et l'équipement pour nous aider à répondre aux diverses situations d'urgence. Nous dispensons une formation de gardien d'étage afin de nous assurer que chacun possède les connaissances et la confiance nécessaires pour répondre efficacement à toutes les situations d'urgence. Nous procédons à des évaluations régulières des risques de l'établissement et de nos pratiques pour nous assurer que nous minimisons les impacts d'une situation d'urgence et que nous y répondons efficacement. Nous poursuivons 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 à la formation offerte par la Division de la gestion des urgences de la Ville d'Ottawa et par d'autres organismes externes.

Catégorie de risque : Politique / Économique	
Agitation mondiale et récession / inflation	
Description	Les guerres en Ukraine et au Moyen-Orient, ainsi que le coût élevé de l'inflation, peuvent entraîner la réduction ou l'annulation de certains événements. Il est difficile de prévoir combien de temps les taux d'intérêt au Canada resteront à 5 %, ainsi que le coût élevé des denrées alimentaires et d'autres produits de base, ce qui peut avoir un impact sur l'ensemble de l'activité.
Priorité stratégique connexe	Impact économique
Répercussions et portée	FAIBLE
Mesures d'atténuation	La communication doit présenter Ottawa comme une destination sûre et le centre de congrès doit être attentif aux risques en matière de sécurité. Le CCO travaille en collaboration avec les planificateurs d'événements afin de respecter les budgets restreints en matière de restauration.

Catégorie de risque : Sécurité	
Risque informatique	
Description	Le cyber-risque est tout risque de perte financière, de perturbation ou d'atteinte à la réputation d'une organisation à la suite d'une défaillance de ses systèmes technologiques. 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.
Priorité stratégique connexe	Service à la clientèle extraordinaire ; durabilité - financière
Répercussions et portée	FAIBLE
Mesures d'atténuation	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. 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. 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.

Catégorie de risque : Sécurité	
Perception d'une destination sécuritaire	
Description	Alors qu'Ottawa s'est toujours présentée comme une ville sûre et praticable, l'augmentation du nombre de sans-abri à Ottawa a suscité des inquiétudes chez certains visiteurs, car elle a un impact sur leur perception de la sécurité, alors que la ville est confrontée à des défis liés à l'hébergement et aux services de soutien.
Priorité stratégique connexe	Impact économique ; service à la clientèle extraordinaire
Répercussions et portée	MODÉRÉ Le caractère sûr et accessible à pied du centre-ville d'Ottawa est remis en question, ce qui a un impact sur l'un des principaux avantages concurrentiels de la ville par rapport à d'autres destinations canadiennes.
Mesures d'atténuation	La présidente-directrice générale siège actuellement au conseil d'administration de la nouvelle Byward Market District Authority afin de trouver des solutions aux problèmes actuels, dans le but de trouver des logements et des ressources appropriés pour les citoyens et de rétablir la confiance des consommateurs dans la sécurité des délégués dans la ville.

5. OBJECTIFS ANNUELS ET INDICATEURS

L'OCC se concentrera sur les objectifs suivants pour l'année à venir. L'équipe de direction du CCO a défini des stratégies et des mesures de performance pour atteindre ces objectifs. Elle 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 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 millions de dollars • Retombées économiques : 85 millions de dollars • Réservation à venir : 21 millions de dollars • Profit net d'exploitation : 0,8 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 suivra les progrès accomplis 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 de l'audit du CCO.</p>

Description (en millions de \$)	Réel 2022-2023	Prévisions 2023-2024	Budget 2024-2025	Plan 2025-2026	Plan 2026-2027
Retombées économiques¹	102	85	85	95	105
Revenu brut	19	21	20	22	23
Revenu net d'exploitation	1,4	2,9	0,8	1,9	2,1
Réservation à venir	17	17	21	22	23

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 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 activités liées aux congrès se poursuivent à un rythme soutenu jusqu'en 2024/25. Pour continuer à générer de l'occupation, le CCO s'appuiera fortement sur le marché local pour combler les lacunes. 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 2022-2023	Prévision 2023-2024	Budget 2024-2025	Plan 2025-2026	Plan 2026-2027
Taux d'occupation	35 %	43 %	43 %	45 %	47 %

Objectif 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: <i>"Une équipe inspirée qui organise des événements exceptionnels"</i>.</p> <p>Une équipe aux normes de service élevées reflétera une image de marque et une réputation positive, tout en attirant et en fidélisant les clients.</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. Nous alignerons la formation et le développement sur les objectifs de l'entreprise. Des stratégies seront mises en place pour améliorer le taux de réponse et recueillir tous les commentaires.</p>
Mesures de performance	<p>Des enquêtes électroniques de satisfaction des clients sont envoyées après chaque événement organisé dans le bâtiment. Des réunions post-événement sont organisées pour recueillir les commentaires des conventions. Les résultats sont examinés par le directeur général et le directeur des événements, puis transmis chaque semaine à l'équipe de direction pour examen et action, le cas échéant.</p>

Description	Réel 2022-2023	Prévisions 2023-2024	Budget 2024-2025	Plan 2025-2026	Plan 2026-2027
Taux de satisfaction	4,7	4,5	4,5	4,5	4,6
Taux de réponse	25 %	25 %	25 %	25 %	30 %

Objectif 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 antécédents différents et reflétant les communautés que nous servons.</p> <p>Pour aller de l'avant, le CCO fera des efforts marqués 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>
Stratégies	<p>L'équipe de direction restera à l'écoute du personnel du Centre. Les rencontres avec les 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. Des programmes d'aide aux employés seront disponibles pour ceux qui ont besoin de soutien.</p> <p>Nous continuerons à assurer une communication cohérente pour veiller à ce que nos collègues restent informés. Le CCO définira des attentes claires et fera preuve de transparence quant à l'avenir de nos activités. Un engagement fort des employés renforcera les niveaux d'engagement du Centre alors que nous innovons et nous efforçons de rester un leader de l'industrie. Nous encouragerons les employés à s'appropriier le projet et à fournir un retour d'information exploitable dans le cadre de nouvelles initiatives. Nous alignerons notre formation sur les objectifs de l'entreprise et des employés.</p>
Mesures de performance	<p>Dans le passé, le CCO a mené des enquêtes auprès des collègues tous les deux ans. Ces enquêtes ont été reportées ces dernières années en raison du covid.</p>

Description	Réel 2022-2023	Prévisions 2023-2024	Budget 2024-2025	Plan 2025-2026	Plan 2026-2027
Taux de satisfaction	Reporté	Reporté	6/10	Pas de sondage	7/10

Objectif N° 5 : Responsabilité sociale & durabilité	
Objectif	Le CCO reconnaît le rôle que nous jouons dans la vie et l'économie de notre communauté d'accueil, et que la communauté joue dans le soutien et l'amélioration de l'expérience événementielle de nos clients. Ce faisant, nous assumons une responsabilité d'entreprise permanente et maintenons une interface positive avec la communauté. 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.
Stratégies	<p>Nous avons deux 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 voisinage, mais ils visent également à réduire les déchets destinés aux décharges.</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>Ottawa Mission: ce partenariat nous permet de faire don des surplus alimentaires aux personnes dans le besoin par l'intermédiaire de la Mission d'Ottawa.</p> <p>Le Fonds pour les destinations touristiques autochtone: 2024/2025 verra un partenariat avec l'Association touristique autochtone du Canada (ATAC), dans le cadre duquel le CCO travaille avec ses clients pour générer des contributions au Fonds pour le développement du tourisme autochtone (FDTA).</p> <p>Pour réduire notre empreinte carbone en limitant le transport vers les décharges, le CCO utilise l'ORCA (Organic Refuse Conversion Alternative), qui récupère tous les déchets organiques et les décompose en eaux grises sans danger pour l'environnement. Nous avons modernisé notre presse à balles pour le carton et nous continuons à améliorer notre programme de gestion des déchets et notre mur de recyclage. En 2024, nous installerons des stations de remplissage de bouteilles d'eau afin d'encourager les bouteilles d'eau réutilisables et de réduire les plastiques à usage unique. Nous étudions également la possibilité de remplacer les bouteilles d'eau en plastique par des bouteilles en aluminium, afin d'utiliser davantage nos stations de remplissage de bouteilles d'eau.</p> <p>Nous rappellerons et rééduquerons les occupants et les collègues sur l'importance de la diversion et l'impact qu'elle a sur notre environnement par le biais d'un marketing actualisé et d'une formation de haut niveau. À l'avenir, nous rechercherons des certifications de durabilité des bâtiments qui s'alignent sur nos partenaires et sur Tourisme Ottawa.</p>
Mesures de performance	Examiner en fin d'année la participation aux deux programmes de RSE susmentionnés. 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. Des rapports sur le détournement des déchets sont produits et examinés chaque mois.

Description	Réal 2022-2023	Prévisions 2023-2024	Budget 2024-2025	Plan 2025-2026	Plan 2026-2027
Réacheminement des déchets	58 %	45 %	50 %	50 %	50 %

6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

Document du ministère

	Réel	Budget	Plan	Plan	Plan
	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026	2026-2027
Nourriture & Boisson	9,406,962	11,522,064	11,461,275	12,442,833	13,613,140
Location des installations	4,694,773	5,857,452	5,295,612	6,170,237	6,080,865
Commissions	2,039,298	2,486,894	2,202,750	2,292,009	2,425,115
Publicité	540,062	623,585	799,218	899,220	942,960
Autres revenus	2,598,687	609,950	298,229	304,727	308,554
REVENU BRUT TOTAL	19,279,780	21,099,945	20,057,084	22,109,026	23,370,634
Croissance des revenus	167.32%	9.44%	-4.94%	10.23%	5.71%
COÛT DES VENTES	7,002,597	8,472,758	8,428,057	9,144,387	9,881,881
REVENU NET	12,277,184	12,627,186	11,629,027	12,964,639	13,488,753
Croissance du revenu net	85.32%	2.85%	-7.90%	11.49%	4.04%
DÉPENSES					
Installations	4,292,822	4,872,424	5,343,105	5,696,782	5,888,531
Services publics	1,005,125	1,190,706	1,253,610	1,316,290	1,364,046
Ventes & Marketing	1,559,940	1,736,220	2,180,201	1,886,229	1,939,029
Général & Administration	1,808,291	1,882,216	2,079,217	2,106,435	2,167,545
DÉPENSES TOTALES	8,666,178	9,681,567	10,856,132	11,005,736	11,359,151
Pourcentage du revenu brut	44.9%	45.9%	54.1%	49.8%	48.6%
EXCÉDENT D'EXPLOITATION	3,611,005	2,945,620	772,895	1,958,903	2,129,602
Pourcentage du revenu brut	18.73%	13.96%	3.85%	8.86%	9.11%
Frais d'intérêts	(1,034,995)	(1,025,687)	(1,015,934)	(1,005,716)	(1,000,000)
Amortissement des contributions reportées	3,625,509	3,816,581	3,965,757	4,105,791	4,010,783
Gain sur restructuration de la dette					
Amortissement des immobilisations	(4,957,803)	(4,923,268)	(5,384,095)	(5,954,627)	(5,981,922)
Excédent des revenus sur les dépenses	1,243,716	813,245	(1,661,378)	(895,650)	(841,537)

BILAN

CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

Bilan	Réel au	Prévisions au	Budget au	Plan stratégique au	Plan Stratégique au
	31 Mar 2023	31 Mar 2024	31 Mar 2025	31 Mar 2026	31 Mar 2027
ACTIFS					
Actuel					
Encaisse	9,367,570	11,093,067	5,153,217	3,432,418	2,580,943
Comptes recevables	2,233,296	2,718,786	2,767,201	3,316,052	3,869,842
Dépenses payées d'avance	131,989	265,717	265,717	265,717	265,717
Total des actifs courants	11,732,855	14,077,570	8,186,135	7,014,187	6,716,503
Immobilisations corporelles	125,138,810	121,500,544	125,022,272	123,468,151	119,971,292
Total des actifs	136,871,664 \$	135,578,113 \$	133,208,407 \$	130,482,339 \$	126,687,795 \$
PASSIFS ET ACTIF NET					
Actuel					
Comptes payables et charges à payer	2,956,732	4,029,097	5,042,030	6,092,467	5,120,531
Revenus différés et dépôts des clients	3,674,539	3,045,498	2,598,239	2,246,955	1,791,609
Tranche de la dette à long terme	204,311	214,065	224,282	-	-
Total des passifs courants	6,835,582	7,288,661	7,864,551	8,339,422	6,912,140
Revenus reporté et dépôts	464,229	650,000	650,000	550,000	550,000
Dette à long terme	28,021,588	27,807,523	27,583,239	27,583,239	27,583,239
Apports reportés - Immobilisations	89,939,351	87,407,770	86,347,834	84,142,545	82,616,821
Total des passifs	118,425,168	115,865,293	114,581,073	112,275,784	110,750,060
Actif net (déficit)	11,610,915	12,424,160	10,762,782	9,867,133	9,025,595
Total passifs et actifs net	136,871,664 \$	135,578,113 \$	133,208,407 \$	130,482,339 \$	126,687,795 \$

FLUX DE TRÉSORERIE

CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA					
Flux de trésorerie					
	Réel au	Prévisions au	Budget au	Plan stratégique	Plan Stratégique
	31 Mar 2023	31 Mar 2024	31 Mar 2025	au	au
				31 Mar 2026	31 Mar 2027
Flux de trésorerie fournis par (utilisés dans)					
Activités d'exploitation					
Excédent des dépenses sur les revenus de l'année	1,243,716	813,245	(1,661,378)	(895,650)	(841,537)
Éléments sans incidence sur les disponibilités					
Amortissement des immobilisations corporelles	4,957,803	4,923,268	5,384,095	5,954,627	5,981,922
Amortissement des apports reportés liés aux immobilisations corporelles	(3,625,509)	(3,816,581)	(3,965,757)	(4,105,791)	(4,010,783)
Gain sur la restructuration de la dette					
Capitalisation des intérêts sur la dette à long terme					
	2,576,010	1,919,932	(243,039)	953,186	1,129,602
Variations nettes du fonds de roulement hors caisse	137,571	9,881	517,256	50,301	(1,981,073)
	2,713,581	1,929,813	274,216	1,003,488	(851,471)
Activités d'investissement					
Achat d'immobilisation capitales	(572,981)	(1,285,000)	(8,905,821)	(4,400,502)	(2,485,058)
Frais reportés	1,918,950	1,285,000	2,905,821	1,900,502	2,485,058
	1,345,969	-	(6,000,000)	(2,500,000)	-
Activités de financement					
Augmentation (diminution) de la dette à long terme	(195,005)	(204,314)	(214,064)	(224,282)	-
Cotisations au ministère du Tourisme					
	(195,005)	(204,314)	(214,064)	(224,282)	-
Entrée (sortie) nette de trésorerie	3,864,546	1,725,499	(5,939,848)	(1,720,795)	(851,471)
Disponibilités au 1er avril	5,503,022	9,367,568	11,093,067	5,153,220	3,432,425
Disponibilités au 31 mars	9,367,568	11,093,067	5,153,220	3,432,425	2,580,954
Fonds réservés par politique et par contrat	4,138,768	3,695,498	3,248,239	2,796,955	2,341,609
Liquidités disponibles	5,228,800	7,397,569	1,904,980	635,470	239,345

7. RESSOURCES HUMAINES

SOMMAIRE DU PERSONNEL

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

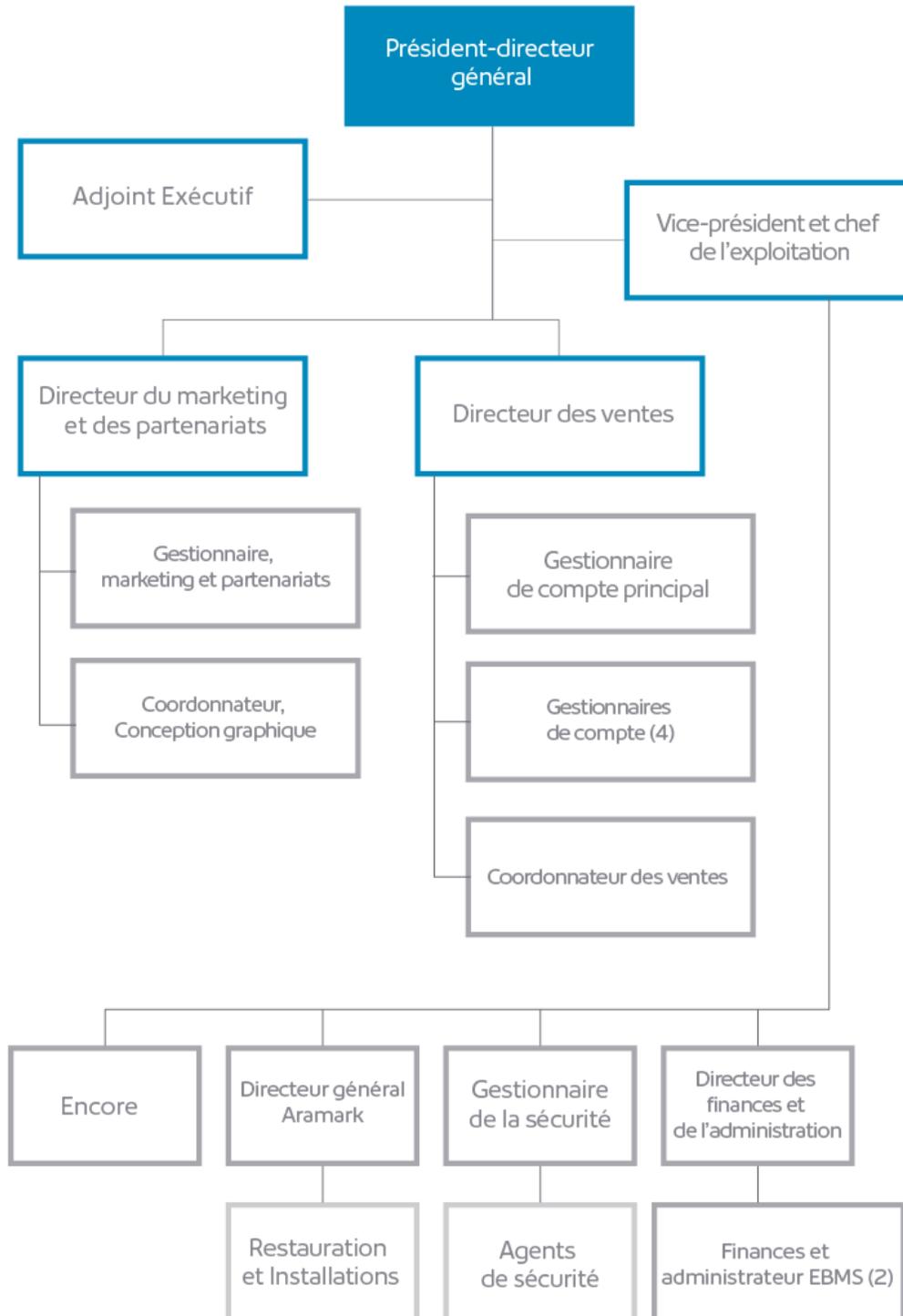
La convention collective de la section locale 8327 a expiré le 30 septembre 2020. En raison de la pandémie, elle a été reconduite en septembre 2020, puis en septembre 2021. Une convention d'un an prévoyant une augmentation salariale de 1 % a été négociée pour septembre 2022 afin de terminer la période de modération de trois ans prévue par le projet de loi 124, *Loi visant à assurer la viabilité du secteur public pour les générations futures*. Les négociations sont prévues pour l'automne/hiver 2023. 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 du CCO. La convention collective de la section locale 5297 expire le 30 septembre 2025. La section locale 5297 représente les agents de sécurité et rend compte à l'OCC.

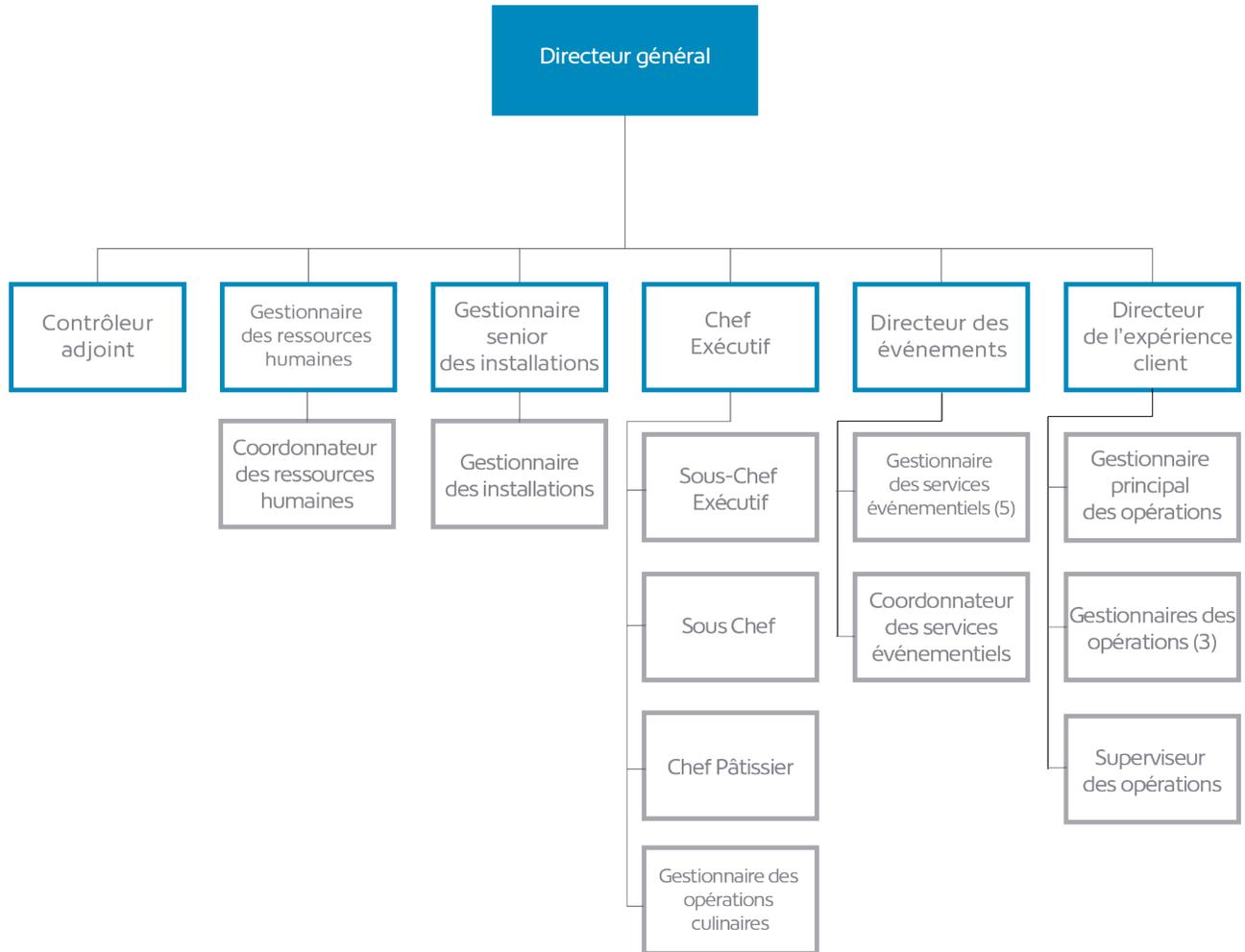
Voici un aperçu du personnel en novembre 2023.

CLASSIFICATION	CCO	ARAMARK	TOTAL
Temps plein syndiqués	8	41	49
Temps partiel syndiqués	0	68	68
Occasionnels syndiqués	4	112	116
Sous-total employés syndiqués	12 <i>(Local 5297)</i>	221 <i>(Local 8327)</i>	233
Temps plein non syndiqués	17	33	50
Temps partiel non syndiqués	0	2	2
Sous-total employés non syndiqués	17	35	52
TOTAL	29	256	285

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 (OMD) et le Centre est essentielle car l'environnement concurrentiel post-pandémie continue de s'accroître. L'augmentation de la taxe municipale sur l'hébergement, qui passera de 4 % à 5 % en 2024, contribuera à accroître le trésor de guerre de l'OMD, alors que nous poursuivons collectivement nos efforts de vente à l'échelle internationale.

Nous continuerons à travailler main dans la main avec Tourisme Ottawa par le biais de parrainages conjoints, d'activations sur le marché et de promotions. La refonte de la marque et le relancement du partenariat et du programme Pensez Ottawa nous donneront l'occasion d'aller sur le marché avec un nouveau message.

ARAMARK – PARTENARIAT DE SERVICE POUR LES INSTALLATIONS

En 2010, le CCO et Aramark ont conclu un partenariat de 15 ans, dans le cadre duquel Aramark fournit des services de soutien complets au Centre. La réputation du CCO en tant que centre de congrès de classe mondiale est renforcée par la prestation d'un service à la clientèle extraordinaire et les offres de produits exceptionnelles gérées par Aramark. L'enquête sur la satisfaction de la clientèle est un indicateur essentiel du suivi de ce résultat. L'année dernière, le score du service à la clientèle du CCO était de 4,7 sur 5. Cette note est calculée sur la base des réponses de nos principaux clients à l'enquête concernant la satisfaction globale, la loyauté et la valeur reçue pour le prix payé. Aramark fournit continuellement de la qualité et de la cohérence 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. De nombreuses personnes expérimentées ayant quitté le secteur de l'hôtellerie, nous avons maintenant affaire à des organisateurs de réunions inexpérimentés et à des entreprises qui n'ont plus - ou qui n'engagent plus - d'organisateur de réunions professionnels. Les clients manquent de ressources et/ou d'expérience et doivent donc 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. 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 reconnus pour avoir mis en place des programmes complets de reconnaissance des services, tels que les programmes "Encore ! Encore !" et "WEST" (Welcome, Engage, Smile, Thanks - Accueillir, Établir le contact, Sourire et Remercier). Ces programmes sont complétés par les programmes Golden Pin et Star de reconnaissance du service à la clientèle, qui jouissent d'une excellente réputation. Le CCO continue d'être considéré comme le plus performant d'Aramark dans le secteur des centres de congrès en Amérique du Nord.

Le mentorat des leaders de l'industrie touristique est un objectif commun au CCO et à Aramark. Dans cette optique, Aramark, avec le soutien du CCO, offre des possibilités de développement du leadership aux gestionnaires et aux superviseurs de ses propriétés " sœurs " afin qu'ils acquièrent une expérience précieuse dans des installations beaucoup plus grandes que le CCO ou dans la production d'événements de plus grande envergure que ceux qui pourraient être accueillis à Ottawa. Il s'agit d'une opportunité réciproque puisque le CCO emprunte occasionnellement des gestionnaires et des superviseurs à d'autres installations "sœurs" lorsque des besoins supplémentaires sont nécessaires en raison d'une forte demande d'événements.

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

Le CCO et Encore ont conclu un partenariat de 15 ans dans le cadre duquel Encore fournit les principaux services événementiels, y compris les services audiovisuels et les technologies de l'information et de la communication (TIC). Encore est une organisation à service complet qui offre aux clients du CCO une option "tout-en-un" en matière de services de technologie événementielle. Les offres d'Encore à l'OCC comprennent désormais l'Internet, les télécommunications, l'affichage numérique, l'audiovisuel, les solutions virtuelles et hybrides, la production d'événements, la gestion de contenu, les services aux producteurs, l'alimentation électrique et les services de gréage.

La technologie est un facteur essentiel dans la sécurisation des congrès. La concurrence est rude 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.

To address market share and, more importantly, increase the share of events currently using our service partner, the OCC and Encore have engaged in a collaborative sales and service cycle. This collaborative sales approach allows Encore to serve 95% of our 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 à un environnement dans lequel il est essentiel d'être perçu comme une entreprise avec laquelle il est facile de faire des affaires, afin de se forger une solide réputation.

La satisfaction du client est essentielle pour l'organisation d'Encore, qui s'efforce de fournir à tous les clients du CCO un service à la clientèle inégalé dans le secteur. Encore a rendu obligatoire la participation de tous les membres de l'équipe à un programme de formation complet appelé Delivering World Class Service. Ce programme se concentre sur la fourniture d'un service à la clientèle de haut niveau et s'inspire du secteur de l'hôtellerie, qui offre une approche cohérente à nos clients. La satisfaction de la clientèle d'Encore est mesurée à l'aide d'un système automatisé d'enquête post-événement. Cela nous permet de recueillir les commentaires de nos clients et d'identifier les domaines clés d'amélioration.

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 les clients, 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 afin de fournir des niveaux d'intégration, de visibilité et 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.

L'équipe de gestion sur place à temps plein d'Encore 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. Avec l'augmentation des revenus d'une année sur l'autre, Encore a embauché et intégré deux directeurs des opérations, un troisième directeur des ventes et plusieurs techniciens sur site.

Encore a récemment travaillé avec les ventes et le 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 en cas de demande de conception créative ou de soutien pour tout projet nécessitant une expertise ou une complexité plus importante.

SHAW COMMUNICATIONS – PARTENARIAT DE DROITS DE DÉNOMINATION

Le 16 octobre 2014, le CCO et Shaw Communications Inc. ont annoncé une entente de dix ans sur les droits de dénomination. Le 31 mars 2023, Rogers Communications a conclu l'achat de Shaw Communications et a depuis commencé à transférer les actifs portant la marque Shaw Communications à Rogers. Le CCO prévoit que ce transfert aura lieu au cours du présent cycle du plan d'affaires. En plus de renommer l'installation, le partenariat offre également la possibilité de présenter des produits, tels que le Wi-Fi, aux clients et aux invités. Les visiteurs du Centre bénéficient d'un accès WI-FI gratuit dans le foyer du niveau 1 et dans la salle de bal Trillium. Cette relation continuera à positionner le CCO et notre ville en vue d'une croissance sur le marché lucratif des réunions et des congrès à l'échelle nationale et internationale. Le CCO tirera parti de la force de l'une des plus grandes marques et organisations médiatiques du Canada pour rehausser et accroître son profil et sa réputation en tant qu'installation de congrès de classe mondiale.

9. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION

Après une année complète d'activités régulières, sans aucun impact de la pandémie, nous pouvons maintenant concentrer nos efforts sur la commercialisation du centre auprès des marchés ciblés en 2024-2025. Nous utiliserons les données analytiques recueillies au cours des deux dernières années pour maximiser les dépenses de la campagne. Notre stratégie mettra en avant les caractéristiques distinctives de notre établissement, son personnel exceptionnel et les avantages qu'il 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. En outre, nous collaborerons avec des associations sectorielles dans le cadre de partenariats stratégiques.

Nous appliquerons diverses tactiques d'établissement de relations pour transformer les principaux groupes de parties prenantes en ambassadeurs de la marque. Nos parties prenantes 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.