

OTTAWA
CONVENTION
CENTRE



CENTRE
DES CONGRÈS
D'OTTAWA

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

SOCIÉTÉ DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

PLAN D'AFFAIRES ANNUEL 2022/2023

TABLE DES MATIÈRES

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE	Error! Bookmark not defined.
2. MANDAT ET VISION.....	5
3. ANALYSE ENVIRONNEMENTALE	7
4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2022 -2023	9
5. OBJECTIFS ANNUELS ET PARAMÈTRES	Error! Bookmark not defined.
6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE	Error! Bookmark not defined.
7. RESSOURCES HUMAINES.....	Error! Bookmark not defined.
8. INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS	Error! Bookmark not defined.
9. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION	28

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Lorsque nous passons en revue les 24 derniers mois, l'avenir commence à s'éclaircir ; cependant, la reprise complète de l'industrie des congrès ne se fera pas avant 12 à 18 mois. Le plus difficile a été l'envoi d'avis de licenciement temporaire aux 271 membres de notre équipe syndiquée et la réduction permanente de 60 % de notre équipe salariée. À l'approche de 2022/2023, les dépenses restent réduites et les projets d'entretien non liés à la santé et à la sécurité sont reportés. Nous reconnaissons la nécessité d'investir dans les ventes et le marketing pour reconstruire nos réservations dans les livres et reconstruire notre avenir. À l'approche de la nouvelle année et de la levée des restrictions, il est prévu que davantage de ressources humaines seront nécessaires pour organiser des événements avec le haut niveau de service qui, en 2021, a permis au CCO de remporter le prix du meilleur centre de congrès au monde.

Les ventes et le marketing se concentreront sur le redressement des activités à court et à long terme, sur les conventions locales, d'entreprise et internationales, sur la reconstitution des revenus et sur la réouverture en toute sécurité. Les initiatives de marketing resteront axées sur l'engagement avec nos clients en participant à des événements industriels virtuels et en personne, en accueillant des clients lors de démonstrations culinaires dirigées par un chef et en remplissant des tables lors de dîners virtuels et d'autres événements industriels. Les événements en personne sont de plus en plus nombreux à l'avenir, et nous serons là avec nos clients pour leur montrer que les réunions et les événements peuvent être organisés de manière sûre et sécurisée. Travailler en étroite collaboration avec notre clientèle pour sauver les demandes d'annulation a été le principal objectif de l'année précédente et de 2022. Nous avons travaillé avec diligence pour "reporter" des conférences et des événements et les remettre aux années suivantes. Alors que le calendrier de réservation pour 2022 devrait générer environ 50 % des revenus d'avant la pandémie, celui de 2023/2024 est en avance sur le rythme habituel. Nous continuerons à collaborer avec la communauté hôtelière locale pour saisir les occasions qui se présentent à l'échelle de la ville et, de façon plus stratégique, avec Tourisme Ottawa, car nous partageons collectivement les ressources, tant financières qu'humaines, afin de positionner Ottawa comme une destination canadienne clé pour accueillir des congrès et des événements sportifs majeurs.

Au niveau international, les planificateurs et les hôtes locaux commencent à s'intéresser aux dates futures des congrès. Cela est également évident dans les secteurs des salons professionnels et des foires publiques. Aux États-Unis, cette tendance est également en hausse, tandis que le Canada adopte une approche plus prudente. Avec l'ouverture de la frontière entre les États-Unis et le Canada et l'augmentation des vaccinations, les organisateurs de réunions canadiens commencent à être plus confiants quant au retour à la normale. On prévoit que les réunions d'associations mettront plus de temps à rebondir étant donné que le nombre d'adhérents a diminué et qu'elles ont subi d'importantes pertes de revenus en raison de l'annulation des réunions annuelles et des salons professionnels - une source financière importante pour les réunions d'associations. Les réunions d'entreprises devraient rebondir plus rapidement, car elles cherchent à renforcer leur image de marque, à stimuler les ventes au détail et à réunir des collègues.

Alors que nous nous apprêtons à boucler le calendrier 2021/2022, nous pouvons être très fiers d'avoir été désignés comme le meilleur centre de congrès du monde ! Ce prix prestigieux décerné par l'AIPC (Association internationale des centres de congrès) a été une bonne nouvelle en cette période de perte de revenus, de restrictions de capacité et de fermetures qui ont fini par affecter le moral des membres de l'équipe. Plusieurs ont quitté l'hôtellerie et le tourisme pour trouver un emploi dans d'autres secteurs. En 2022, les ressources humaines devront relever le défi de conserver les employés et d'attirer de nouveaux membres de l'équipe.

Les initiatives détaillées dans ce plan d'affaires reflètent la situation actuelle de travail pendant la pandémie ainsi que les perspectives pour les trois prochaines années. Bien que nous ayons pu être déstabilisés, nous avons fait preuve d'agilité en adoptant des points de vue créatifs, de nouvelles opportunités commerciales et un plan de relance solide. Il est important de se réjouir d'accueillir à nouveau nos clients, ainsi que nos précieux collègues, et de reconstruire l'esprit d'excellence du client qui a été le principal pilier de notre formidable succès au cours des dernières années.

Nous tenons à remercier et à reconnaître nos plus proches partenaires, Aramark Entertainment Services Canada Inc. et Encore Canada. Notre vision établie de personnes inspirées créant des événements extraordinaires fait toujours partie de notre culture et de notre ADN. Nous souhaitons également remercier nos collègues pour leur engagement continu envers le service à la clientèle et l'excellence. Cela ne pourrait être plus vrai qu'au cours des 24 derniers mois, lorsque les ressources ont été mises à rude épreuve et que les membres de l'équipe ont dû porter de nombreux chapeaux différents. Ces personnes sont l'élément vital de notre entreprise et, même si elles sont très occupées, elles font de la magie chaque jour et aident le CCO à rester un lieu de travail vraiment merveilleux !

Nous sommes très reconnaissants du soutien de la ministre du Patrimoine, du Sport, du Tourisme et des Industries culturelles de l'Ontario, l'honorable Lisa MacLeod, et de son personnel dévoué. Le lancement des tables rondes de la ministre avec les présidents et les directeurs généraux des organismes, en avril et en octobre, a été très bénéfique, car il a permis de partager les meilleures pratiques et d'entendre directement la ministre MacLeod parler des priorités du gouvernement pendant et après la pandémie. Ils nous ont également rappelé notre responsabilité envers le ministère et notre conseil d'administration. Nous remercions notre conseil d'administration pour son orientation stratégique et son encadrement, alors que nous continuons à tirer parti de nos succès à l'aube de notre 12^{ème} année d'activité. Nous reconnaissons notre responsabilité envers nos actionnaires et apprécions leur soutien et leurs conseils continus.

RÉSULTATS 2021/2022

Avec l'arrêt presque total des voyages, ainsi que les restrictions de capacité et les fermetures, les recettes réalisées cette année ont été, comme on pouvait s'y attendre, lamentables. Nous aurons comptabilisé 1,4 million de dollars pour un budget de 2,7 millions.

Nos efforts de marketing ont été réduits aux mises à jour sur les médias sociaux concernant les protocoles de sécurité et les plans de récupération. Tous les autres efforts de marketing ont été interrompus en raison des restrictions de trésorerie et de l'inconnu entourant la réouverture et le retour à la normale des affaires. Nous reconnaissons également que les associations et les entreprises n'ont pas accordé la priorité aux réunions pendant une récession financière sans précédent.

PERSPECTIVES POUR 2022/2023

Un retour prudent aux réunions et événements en personne est prévu et bienvenu. Nos marchés locaux et régionaux seront les premiers à réagir à la levée des restrictions de capacité. Il faudra 12 à 24 mois à nos marchés nationaux pour revenir aux chiffres de fréquentation d'avant la pandémie et notre moteur d'impact économique le plus lucratif, le marché des congrès internationaux, prendra probablement trois à quatre ans pour rebondir. Il est important de noter que même si la fenêtre est longue pour que les congrès importants reviennent à la normale, les ressources de vente et de marketing doivent être déployées dès maintenant pour concurrencer les autres centres et destinations du Canada.

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 touristique
2. Offrir un service à la clientèle exceptionnel
3. Fonctionner selon les principes de durabilité
4. Être le meilleur centre des congrès du Canada

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.

VALEURS PARTAGÉES

NOUS traitons toujours chacun de nos collègues avec respect et équité.

NOUS célébrons fortement l'innovation et l'initiative.

NOUS assumons notre responsabilité envers notre gouvernement tout en étant sensible à notre communauté et à l'environnement.

NOUS contribuons en équipe à notre réussite commune et à notre passion de développer notre entreprise.

NOUS nous dépassons pour organiser des événements 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 (1988). Le CCO est dirigé par un conseil de douze membres avec neuf personnes nommées par le gouvernement provincial et trois par l'administration municipale. Le CCO a ouvert en 1983, puis a été détruit en 2008 avant de rouvrir ses portes en 2011. Son mandat législatif consiste à « exploiter, maintenir et gérer un centre de congrès de classe internationale de manière à promouvoir et à développer le tourisme et l'industrie en Ontario ».

Le CCO est une entreprise opérationnelle du ministère du Tourisme, de la Culture et des Sports. Le CCO s'engage à offrir un service à la clientèle bilingue de haut niveau et à veiller à ce que ses services soient appropriés, réactifs, accessibles et responsables.

Le protocole d'entente (PE) entre le Centre des congrès d'Ottawa et le ministère du Tourisme, de la Culture et des Sports établit un cadre de responsabilités et de gouvernance, notamment les liens suivants en matière de reddition de comptes :

- 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.

3. ANALYSE ENVIRONNEMENTALE

OBSERVATIONS GÉNÉRALES

Ce plan présente les opportunités de revenus, les projections financières et les plans stratégiques et tactiques de vente et de marketing du CCO pour l'année. Les prévisions initiales indiquent que les revenus seront à 50% de 2019/2020. Un sondage mené par les Centres de congrès du Canada révèle que c'est le cas pour la plupart des centres à travers le pays. Comme 2021/2022 reflétera un défi sans précédent, il y a un certain optimisme car nous nous attendons à des taux de vaccination élevés au Canada et à ce que l'industrie du voyage commence à rebondir en 2022. Les experts du secteur prévoient qu'il faudra deux à trois ans pour que l'industrie nationale des réunions et des expositions rebondisse et trois à quatre ans pour que les congrès internationaux reviennent aux taux pré-pandémiques.

À l'aube de notre 12^{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. Notre plus grande amélioration des immobilisations en 2021/2022 sera le remplacement du tapis du centre. Nous continuons à travailler avec le ministère pour établir et prioriser les projets qui permettront d'aborder tout risque pour la santé et la sécurité.

Nos efforts internationaux en 2020/2021 ont été mis en attente. ThinkOttawa ne reçoit actuellement aucune ressource ; toutefois, nous sommes conscients que le fait de négliger ce marché, compte tenu de son long délai d'exécution, ne nous servira pas dans l'avenir. Bien que ThinkOttawa soit actuellement en suspens, 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 rend la participation en personne plus faisable. Le mandat économique du CCO est de fonctionner de façon rentable et, en collaboration avec nos partenaires de l'industrie touristique, de générer un impact économique positif pour les trois niveaux de gouvernement. Bien qu'il ne soit pas possible de dégager un excédent d'exploitation avant 2023/2024, il est essentiel de revoir les événements en personne afin de soutenir ce mandat.

Nous collaborerons avec Tourisme Ottawa afin de rétablir l'attrait d'Ottawa sur le marché international très lucratif et générateur d'impact économique. La pandémie a également entraîné l'interruption de plusieurs vols internationaux à destination d'Ottawa, ce qui nous place dans une position moins favorable face à la concurrence des autres villes de niveau 1 et 2. Les congrès et les événements majeurs commencent à se multiplier, ce qui appuiera les efforts de l'Administration aéroportuaire d'Ottawa pour attirer plus de compagnies aériennes et de routes dans la capitale nationale.

Nos partenaires hôteliers constatent une lente reprise du nombre de nuitées, mais leurs taux d'occupation restent bien inférieurs à ceux d'avant la pandémie. Cela se traduit également par une contribution moindre à la taxe municipale sur l'hébergement. Les efforts de marketing et les offres incitatives de Tourisme Ottawa, qui utilise un fonds de développement des congrès en bonne santé, cibleront des occasions clés dans nos calendriers collectifs pour attirer plus de visiteurs vers notre destination en 2022 et 2023.

4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2022 - 2023

Catégorie de risque : Opérationnel	
Santé et Sécurité (client et personnel)	
Description	Le CCO reconnaît son obligation de fournir et de maintenir un lieu de travail sûr, sain et sécurisé pour ses employés et pour toutes personnes qui visitent l'installation, comme les clients, les délégués, les fournisseurs tiers, les entrepreneurs et les membres du public. Nous devons mettre en place des processus et des procédures solides pour protéger l'établissement et nos actifs et ressources tangibles et intangibles contre les menaces internes et externes. 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	Continuer à faire de la santé et de la sécurité une priorité en se conformant à l'ensemble des lois, normes et actes gouvernementaux. Assurer une formation de recyclage en matière de santé et de sécurité au travail, d'intervention en cas d'urgence, d'incendie, de vie et de sécurité, ainsi que pour toutes les procédures opérationnelles standard spécifiques au service. Examiner les processus chaque année et les mettre à jour, au besoin, en fonction des données actuelles et des nouvelles exigences. Surveiller et mettre à jour les directives de santé publique et les processus/procédures Covid-19 qui comprennent la formation, les supports visuels et la signalisation ainsi que les protocoles de recherche des contacts, de dépistage et de vérification des vaccins. Continuer à suivre les recommandations du comité de santé et de sécurité et à y donner suite. Continuer à organiser des visites trimestrielles des installations avec l'équipe de direction. Continuer à participer aux audits sur la qualité et la sécurité des aliments, surveillés par un portail de sécurité et examinés et vérifiés par une tierce partie. Fournir une formation et mettre à jour les protocoles pour notre nouveau logiciel de caméra de sécurité de pointe.

Catégorie de risque : Opérationnel	
Situations d'urgence et de crise	
Description	Le CCO a un plan complet de préparation aux situations d'urgences qui est partagé avec nos clients. La force d'une destination majeure a été et continue d'être la sûreté et la sécurité des installations, du contenu et surtout des invités et du personnel. Les clients, invités et collègues s'attendent à ce que nous leur fournissions un environnement sûr et sécuritaire. Il incombe au Centre de communiquer notre plan à nos clients et collègues et de se préparer continuellement aux urgences. Par conséquent, nous avons des plans en place pour reprendre nos activités le plus rapidement possible en cas d'urgence.
Priorité stratégique connexe	Satisfaction des clients et des collègues
Répercussions et portée	Modéré Il est impossible de prédire une situation urgence ou l'intensité de l'événement; cependant, la planification et la préparation pour gérer un problème sont importantes afin de minimiser la menace et de développer des compétences de leadership pour prendre le contrôle du problème et assurer la continuité des activités.
Mesures d'atténuation	Nous améliorons continuellement notre plan de préparation aux situations d'urgences en examinant et en mettant à jour nos informations et nos procédures. À l'avenir, nous poursuivrons la formation des responsables d'étage pour nous assurer que tout le monde a les connaissances et la confiance nécessaires pour répondre efficacement à toutes les urgences. Nous continuons d'évaluer les risques liés aux installations et à nos pratiques pour nous assurer de minimiser les impacts d'une situation d'urgence et pour nous permettre d'intervenir efficacement. Nous poursuivrons également nos efforts de collaboration avec nos installations voisines (Westin Ottawa, Centre Rideau et TD Place) pour s'entraider en cas d'urgence et, dans la mesure du possible, notre équipe participera à des séminaires et ateliers offerts par la Division de la gestion des urgences de la Ville d'Ottawa ainsi que d'autres organisations extérieures.

Catégorie de risque : Technologie de l'information et infrastructure	
Cyber risque	
Description	<p>Le cyber risque se définit comme les pertes financières, interruptions ou dommages causés à la réputation d'un organisme par une panne de ses systèmes technologiques.</p> <p>Les risques les plus communs auxquels nous sommes le plus sujet sont ceux qui impliquent les pourriels et l'usurpation d'adresses courriel, dans lesquels l'utilisateur se fait passer pour un gestionnaire dans le but d'extorquer des fonds par virement, ou une infection par un virus téléchargeable ou une demande de renseignements bancaires confidentiels.</p>
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière, Satisfaction des clients et des collègues
Répercussions et portée	Faible
Mesures d'atténuation	<p>Nous procédons à une sauvegarde informatique mensuelle et hebdomadaire, et à une sauvegarde incrémentale quotidienne. Les données enregistrées lors de la sauvegarde hebdomadaire et mensuelle sont conservées à l'extérieur de nos locaux pour les protéger en cas d'incendie ou d'un autre incident qui compromettrait notre immeuble, les serveurs et les données sauvegardées sur place, et pour mieux nous protéger contre les virus et les logiciels rançonneurs.</p> <p>Tous les ordinateurs sont équipés d'un antivirus et une politique stricte est en place pour diminuer le risque qu'un programme malveillant infecte nos systèmes, ce qui peut arriver quand nos employés font du télétravail.</p> <p>Un cours de sécurité en ligne sera suivi par tous les employés lors de l'orientation. Et un cours annuel sur la sécurité en ligne sera suivi par tous les employés ayant accès à un ordinateur et à des données dans le centre.</p>

Catégorie de risque : Opérationnel	
REPRISE DES ACTIVITÉS	
Description	À l'échelle mondiale, une pandémie a été déclarée en mars 2020 et elle se poursuivra probablement jusqu'à la mi-2022, voire au-delà. Bien que des vaccins aient été introduits en 2020/21, il faudra du temps avant que tous les Canadiens soient vaccinés et que la confiance dans le secteur des réunions et événements revienne.
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière
Répercussions et portée	La pandémie a affecté le secteur des événements professionnels. Bien que le marché des associations continue à se réunir chaque année, il a fortement réduit les budgets d'exploitation, les recettes diminuant considérablement avec la restriction des expositions qui peuvent être une source de revenus importante pour les associations. Le secteur des entreprises, quant à lui, rebondira probablement un peu plus lentement jusqu'à ce que le vaccin ait été administré dans tout le pays, probablement fin 2021.
Mesures d'atténuation	Signer des contrats multi-années avec le marché des associations afin de s'assurer que nous avons une base de réservation solide dans les livres. Développer une offre de vente et marketing avec Tourisme Ottawa pour inciter les réunions et congrès à rester à Ottawa plutôt qu'à se déplacer dans tout le pays.

5. OBJECTIFS ANNUELS ET PARAMÈTRES

Au cours de l'année à venir, le CCO se concentrera sur les cinq priorités stratégiques présentées ci-dessous. L'équipe de la haute direction (EHD) a défini des stratégies et des mesures de rendement permettant l'atteinte de ces objectifs. Les membres de l'EHD se réunissent toutes les semaines pour examiner les objectifs financiers, les cibles de rendement, la satisfaction de la clientèle et le volet 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 2022/2023:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revenu brut : 8,2 millions de dollars; • Retombées économiques : 33 millions de dollars; • Réserve à venir : 17,8 millions de dollars • Perte nette d'exploitation : 3,95 millions de dollars
Stratégies	<p>La stratégie de l'année en cours consiste à réduire les dépenses dans la mesure du possible, tout en entretenant notre immeuble et en continuant à communiquer avec nos clients.</p> <p>Nous continuons à re-réserver les événements dans le futur à mesure que le calendrier de réouverture change.</p>
Mesures de performance	<p>Le CCO surveillera les progrès en utilisant les états financiers et les rapports internes qui sont analysés chaque mois avec la haute direction et avec le comité des finances et d'audit du conseil d'administration tous les trimestres.</p>

Description (en millions de \$)	Réel 2020-21	Prévisions 2021-22	Budget 2022-23	Plan 2023-24	Plan 2024-25
Retombées économiques	0	3	33	134	108
Revenu brut	1,5	1,9	8,2	18,1	18,0
Revenu net d'exploitation	(3,66)	(4,72)	(3,95)	0,84	0,82
Réserve à venir	10	12,4	17,8	19,5	21,0

Objectif stratégique N° 2 : L'occupation					
Objectif	<p>Le taux d'occupation se fonde sur le nombre de pieds carrés vendus en comparaison avec le nombre de pieds carrés disponibles au cours d'une année donnée.</p> <p>Aucune marge de tolérance n'a été prise en compte pour les vacances et les périodes creuses entre des événements.</p> <p>Au CCO, en temps normal, un taux d'environ 70 % correspondrait à une occupation totale.</p>				
Stratégies	<p>Compte tenu des restrictions de capacité et des réglementations gouvernementales, le CCO devra s'appuyer fortement sur le marché local afin de générer de l'occupation pour les T1 et T2. Au fur et à mesure que la distribution du vaccin devient plus accessible, nous pouvons raisonnablement anticiper une lente transition vers ce qui était auparavant une base d'affaires principalement axée sur les congrès.</p>				
Mesures de performance	<p>Le taux d'occupation est calculé pour chaque événement. Un sommaire est ensuite effectué dans un rapport trimestriel.</p>				
Description	Réel 2020-21	Prévisions 2021-22	Budget 2022-23	Plan 2023-24	Plan 2024-25
Taux d'occupation	0 %	11 %	38 %	45 %	50 %

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 score de satisfaction de la clientèle de 4,5 et de rester en phase avec nos visions de " personnes inspirées créant des événements extraordinaires ".</p> <p>Grâce à l'approbation des d'investissements capitaux en 2019-2021, nous avons pu augmenter les stocks d'équipement et investir dans de nouveaux équipements afin de rester une installation innovante et à la pointe du progrès. Alors que nous entrons dans la période post-pandémique, où les fonds seront limités, cette situation nous a positionnés favorablement.</p> <p>La pandémie a modifié le paysage professionnel, car les valeurs et les motivations des gens ont changé, l'équilibre, la flexibilité et la protection étant des priorités. Les ressources et la productivité seront un défi.</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 assurant un leadership sans compromis. Nous continuerons à bâtir une culture du service à la clientèle avec des campagnes visant à offrir l'extraordinaire grâce à l'engagement des employés.</p> <p>Nous établirons un nouveau plan de travail post-pandémie en améliorant la formation et en modifiant les processus pour les aligner sur les ressources en main-d'œuvre et pour soutenir la productivité.</p> <p>En 2020-2021, nous avons investi dans les technologies de sûreté et de sécurité, et nous continuerons à surveiller et à mettre à jour les protocoles de sécurité. Nous renforcerons la compréhension de la sécurité par les occupants en améliorant la communication. Cela sera nécessaire dans un environnement où la protection est une priorité, et pour maintenir la confiance des clients et assurer une expérience sûre pour les occupants de nos installations.</p> <p>Nous avons mis à jour notre enquête actuelle auprès des clients en y ajoutant des questions spécifiques à la sécurité afin de surveiller l'expérience et le niveau de confiance des occupants dans cet environnement changeant. Nous continuerons à lancer une nouvelle enquête auprès des délégués et des participants afin d'obtenir une perspective plus large.</p>				
Mesures de performance	<p>Les sondages de satisfaction clients sont envoyées par voie électronique après chaque événement dans le bâtiment. 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	Réal 2020-21	Prévision révisée 2021-22	Budget 2022-23	Plan 2023-24	Plan 2024-25
Taux de satisfaction	5,0	4,5	4,5	4,5	4,5
Taux de réponse	100 %	23 %	23 %	25 %	25 %

Objectif stratégique N° 4 : Les ressources humaines					
Objectif	<p>Nous nous engageons à maintenir un environnement sain et positif pour tous les collègues du CCO. Notre personnel a connu de nombreux changements au cours de la pandémie. De nombreux collègues continuent d'être mis à pied, tandis que d'autres ont été rappelés après avoir été en arrêt de travail pendant un certain temps. D'autres ont travaillé pendant la pandémie avec des horaires irréguliers qui ne reflètent pas les niveaux d'avant la pandémie. Il n'est pas toujours facile pour tous les employés de s'adapter au changement. Alors que nous cherchons à aller de l'avant de manière positive, le CCO fera un effort prononcé sur l'engagement des employés. Maintenir l'engagement des employés est la base d'un lieu de travail positif et sain, avec de nombreux avantages. Les employés engagés sont plus productifs et se sentent plus heureux. Cela se traduit par un meilleur taux de rétention et une plus grande satisfaction des clients.</p> <p>Par le passé, nous avons eu recours à une enquête auprès de nos collègues pour connaître le point de vue des employés et comprendre leur niveau d'engagement, mais en raison de circonstances imprévues, cette enquête sera reportée à 2023, étant donné le nombre d'employés encore mis à pied. On estime que seule une partie de nos collègues aura repris le travail d'ici le printemps 2022, de sorte que l'enquête serait disproportionnée par rapport à notre population d'employés.</p>				
Stratégies	<p>Dans l'intervalle, le centre s'efforcera de rester à l'écoute. Les rencontres avec les employés, les politiques de portes ouvertes, les commentaires et les événements organisés pour le personnel sont autant de moyens de rester en contact avec nos employés. Nous chercherons à instaurer la positivité partout où nous le pourrons. Les programmes d'aide aux employés seront utilisés pour ceux qui ont besoin d'aide. Nous continuerons à communiquer de manière cohérente pour nous assurer que nos collègues restent informés. Nous évaluerons l'intérêt de développer un intranet pour les employés afin de les connecter et de les impliquer à distance. Le CCO redéfinira les attentes et les limites et assurera la transparence sur l'avenir de notre entreprise. L'engagement solide des employés permettra d'améliorer les niveaux d'engagement envers le centre à mesure que nous progressons dans nos activités.</p>				
Mesures de performance	<p>L'enquête est menée sur une base bisannuelle. Nous devons mener notre prochaine enquête au printemps 2020-2021, mais nous l'avons reportée à 2023/24 en raison des licenciements de mars 2020, dus à la pandémie.</p>				
Description	Réal 2020-21	Plan 2021-22	Budget 2022-2023	Plan 2023-24	Plan 2024-25
Taux de satisfaction	Reporté	Reporté	Reporté	7/10	Prochain sondage 2025/26

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>Même si plusieurs organisations ont maintenant recours à des programmes de responsabilité sociale, le CCO a décidé d'en faire un élément essentiel de son exploitation. La mise en œuvre d'initiatives socialement responsables ne lui permet pas seulement d'attirer des clients qui ont une grande conscience sociale, mais cela contribue également à l'obtention de résultats concrets dans le monde.</p>
Stratégies	<p>Le CCO offre toujours trois programmes de responsabilité sociale d'entreprise qui permettent à ses clients d'avoir un impact positif avec un minimum d'effort, tous mis en œuvre par l'équipe du CCO. Ces programmes ne viennent pas seulement en aide aux gens les plus défavorisés du quartier, mais ils visent également à réduire la quantité de déchets destinés aux dépotoirs.</p> <p>Programme Un héritage à partager : les clients peuvent donner ce qu'ils veulent à la fin de leur événement, y compris des accessoires de marketing désuets, du matériel promotionnel et des aliments non périssables.</p> <p>Mealshare : les clients peuvent contribuer à l'éradication de la faim chez les jeunes en versant une somme forfaitaire à Mealshare. En retour, le CCO crée des chevalets pour tables qui indiquent le nombre de repas qui ont été donnés à des jeunes dans le besoin.</p> <p>FoodRescue.ca: qui nous permet de donner la nourriture inutilisée à des organismes de bienfaisance comme Mission Ottawa, qui distribue la nourriture aux personnes dans le besoin.</p> <p>Pour réduire ses besoins en bacs verts, le CCO a recours à l'ORCA (Organic Refuse Conversion Alternative). L'ORCA recueille et décompose tous les déchets organiques en eaux grises respectueuses de l'environnement. Ces eaux sont ensuite envoyées dans le système d'égouts.</p> <p>Le CCO continue de faire partie de Carbon 613, un réseau d'entreprises d'Ottawa engagées à travailler à la réduction des gaz à effet de serre. Ce programme nous fournit de l'aide, de la formation et des pistes de solution afin que nous gardions la durabilité à l'esprit.</p> <p>Après la pandémie, notre objectif sera de rappeler et de rééduquer les occupants et les collègues de l'importance du réacheminement des déchets et de l'impact que cela a sur notre environnement par le biais d'un marketing actualisé et d'une formation élevée.</p>
Mesures de performance	<p>Examiner la participation aux trois programmes de RSD mentionnés ci-dessus à la fin de l'année. Le CCO participe à un programme très rigoureux de gestion des déchets alimentaires et à des vérifications mensuelles de la qualité des aliments, dans le cadre desquelles l'ensemble de la cuisine fait l'objet d'une critique dont les résultats sont examinés par la haute direction. Des rapports sur le détournement des déchets sont produits et examinés tous les mois, et toute anomalie est traitée immédiatement.</p>

Description	Réel 2020-21	Prévision révisée 2021-22	Budget 2022-23	Plan 2023-24	Plan 2024-25
Réacheminement des déchets	63 %	40 %	45 %	50 %	50 %

6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

	Réel 2020-2021	Prévision Révisée 2021-2022	Budget 2022-2023	Plan Stratégique 2023-2024	Plan Stratégique 2024-2025
Nourriture & Boisson	13,252	680,038	4,884,000	11,131,280	10,998,129
Location des installations	762,149	532,785	2,207,000	4,727,190	4,809,769
Commissions	105,653	151,596	503,757	1,518,762	1,534,203
Publicité	464,080	476,500	515,345	625,570	511,521
Autres revenus	4,660,550	5,399,022	102,048	126,589	128,671
REVENU BRUT TOTAL	6,005,684	7,239,942	8,212,150	18,129,391	17,982,292
Croissance des revenus	-66.78%	20.55%	13.43%	120.76%	-0.81%
COÛT DES VENTES	9,939	510,029	3,663,000	8,079,117	8,009,189
REVENU NET	5,995,745	6,729,913	4,549,150	10,050,274	9,973,103
Croissance du revenu net	-41.13%	12.24%	-32.40%	120.93%	-0.77%
DÉPENSES					
Installations	2,626,362	2,868,048	3,965,646	4,875,906	4,617,524
Services publics	455,716	758,454	1,001,000	1,016,015	1,036,335
Ventes & Marketing	638,605	903,289	1,686,549	1,430,535	1,579,146
Général & Administration	1,386,057	1,618,577	1,847,171	1,884,114	1,921,796
DÉPENSES TOTALES	5,106,740	6,148,368	8,500,366	9,206,570	9,154,802
Pourcentage du revenu brut	85.0%	84.9%	103.5%	50.8%	50.9%
EXCÉDENT D'EXPLOITATION	889,004	581,545	(3,951,216)	843,704	818,301
Pourcentage du revenu brut	14.80%	8.03%	-48.11%	4.65%	4.55%
Frais d'intérêts	(1,052,358)	(1,043,879)	(1,034,995)	(1,025,687)	(1,015,934)
Amortissement des contributions reportées	3,380,533	3,450,151	3,615,151	4,154,191	4,538,361
Amortissement des immobilisations	(5,550,134)	(5,687,660)	(6,009,048)	(6,470,653)	(6,889,898)
Excédent des revenus sur les dépenses	(2,332,954)	(2,699,844)	(7,380,108)	(2,498,445)	(2,549,170)

BILAN

	Réel au 31-Mar-21	Prévision révisée au 31-Mar-22	Budget au 31-Mar-23	Plan stratégique au 31-Mar-24	Plan Stratégique au 31-Mar-25
ACTIFS					
Actuel					
Encaisse	3,578,209	3,500,740	(460,899)	(1,052,393)	(1,014,153)
Comptes recevables	1,396,539	38,342	281,927	497,246	397,999
Dépenses payées d'avance	99,365	96,892	109,498	106,156	136,747
Total des actifs courants	5,074,113	3,635,974	(69,475)	(448,991)	(479,407)
Immobilisations corporelles	132,539,749	127,889,444	121,880,396	115,409,743	108,519,845
Total des actifs	\$ 137,613,862	\$ 131,525,418	\$ 121,810,921	\$ 114,960,752	\$ 108,040,438
PASSIFS ET ACTIF NET					
Actuel					
Comptes payables et charges à payer	1,283,957	701,576	1,697,344	1,976,751	2,258,672
Revenus différés et dépôts des clients	1,259,981	2,212,417	2,692,417	2,419,792	2,519,153
Tranche de la dette à long terme	186,120	195,005	204,314	214,065	224,384
Total des passifs courants	2,730,058	3,108,999	4,594,076	4,610,608	5,002,209
Retenue de construction payable					
Revenus reporté et dépôts	1,166,141	650,000	650,000	650,000	650,000
Dette à long terme	28,420,903	28,225,902	28,021,588	27,807,523	27,583,139
Apports reportés - Immobilisations	93,343,447	90,287,046	86,671,895	82,517,704	77,979,343
Total des passifs	122,930,491	119,162,948	115,343,483	110,975,227	106,212,482
Actif net (déficit)	11,953,314	9,253,472	1,873,363	(625,082)	(3,174,252)
Total passifs et actifs net	\$ 137,613,863	\$ 131,525,418	\$ 121,810,921	\$ 114,960,752	\$ 108,040,438

FLUX DE TRÉSORERIE

	Réel au 31 mars 2021	Prévision révisée au 31 mars 2022	Budget au 31 mars 2023	Plan startégique au 31 mars 2024	Plan startégique au 31 mars 2025
Flux de trésorerie fournis par (utilisés dans)					
Activités d'exploitation					
Excédent des dépenses sur les revenus de l'année	(2,332,954)	(2,699,844)	(7,380,108)	(2,498,445)	(2,549,170)
Éléments sans incidence sur les disponibilités					
Amortissement des immobilisations corporelles	5,550,134	5,687,660	6,009,048	6,470,653	6,889,898
Amortissement des apports reportés liés aux immobilisations corporelles	(3,380,533)	(3,450,151)	(3,615,151)	(4,154,191)	4,538,361
Gain sur la restructuration de la dette					
Capitalisation des intérêts sur la dette à long terme					
	(163,354)	(462,335)	(4,986,211)	(181,983)	(197,633)
Variations nettes du fonds de roulement hors caisse	(2,178,959)	1,214,500	1,219,577	(205,198)	449,939
	(2,342,313)	752,166	(3,766,634)	(387,181)	252,306
Activités d'investissement					
Achat d'immobilisation capitales	(574,745)	(1,037,355)	0	0	0
Augmentation (diminution) de la retenue de construction à payer	1,231,105	393,840	0	0	0
Frais reportés					
	356,360	(643,515)	0	0	0
Activités de financement					
Augmentation (diminution) de la dette à long terme	(177,641)	(186,120)	(195,005)	(204,313)	(214,066)
Ligne de crédit					
Cotisations au ministère du Tourisme					
	(177,641)	(186,120)	(195,005)	(204,313)	(214,066)
Entrée (sortie) nette de trésorerie	(1,863,594)	(77,470)	(3,961,639)	(591,494)	38,240
Disponibilités au 1er avril	5,441,803	3,578,209	3,500,740	(460,899)	(1,052,393)
Disponibilités au 31 mars	3,578,209	3,500,740	(460,899)	(1,052,393)	(1,014,153)

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 2017 et a été ratifiée le 2 février 2018 pour une période de trois ans se terminant en septembre 2020. La convention collective actuellement en vigueur a été prolongée de deux ans en raison de la pandémie. Les négociations commenceront maintenant pour cette section locale en septembre 2022. La section locale 8327 représente le personnel de service et relève du fournisseur de services d'installations, Aramark Entertainment Services Inc.

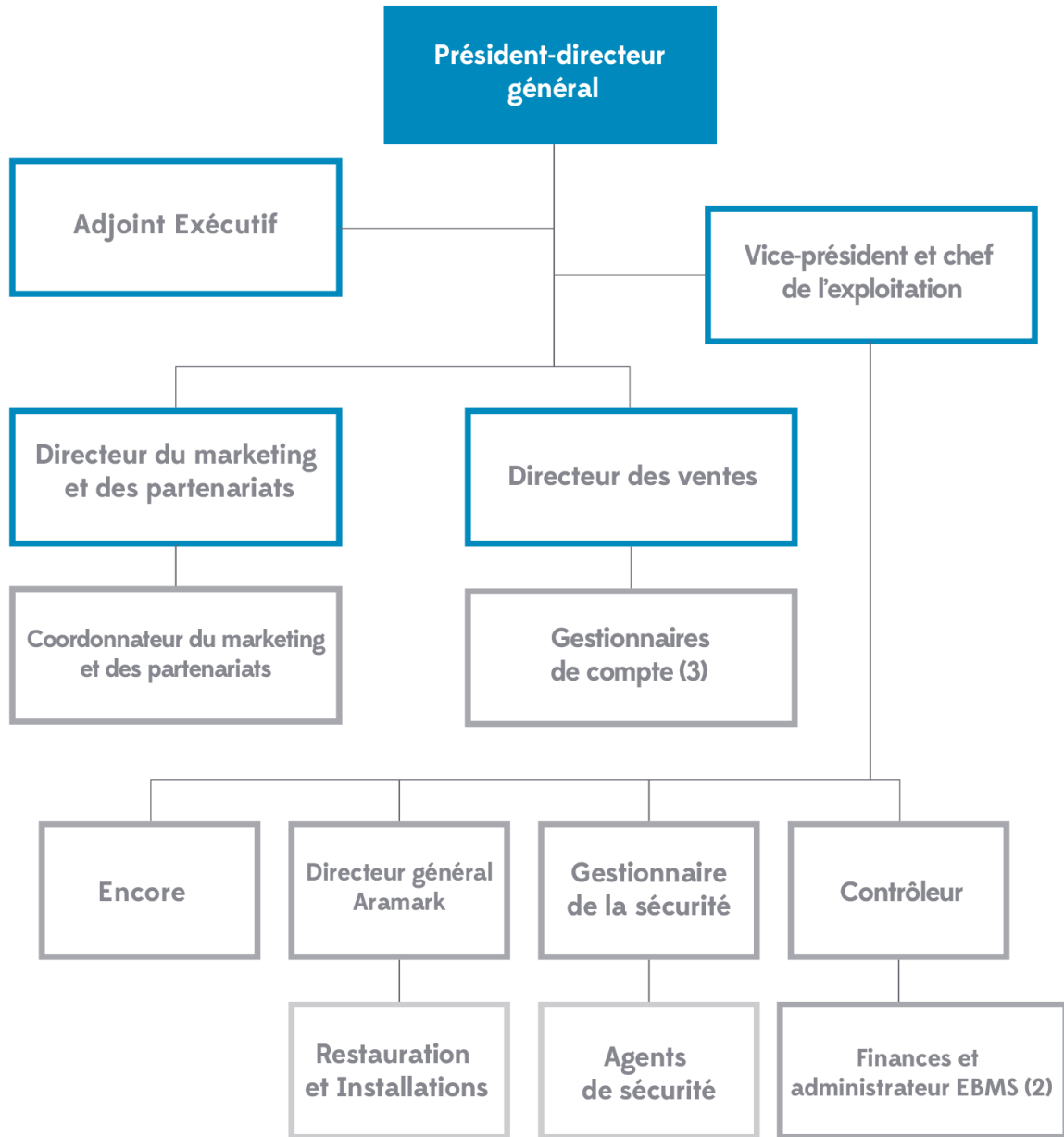
La section locale 5297 représente le personnel de sécurité et relève du CCO. La convention collective de la section locale 5297 a expiré le 30 septembre 2019 et a été ratifiée le 2 novembre 2020 pour une période de trois ans se terminant en septembre 2022.

Voici un aperçu actuel du personnel en date de novembre 2021.

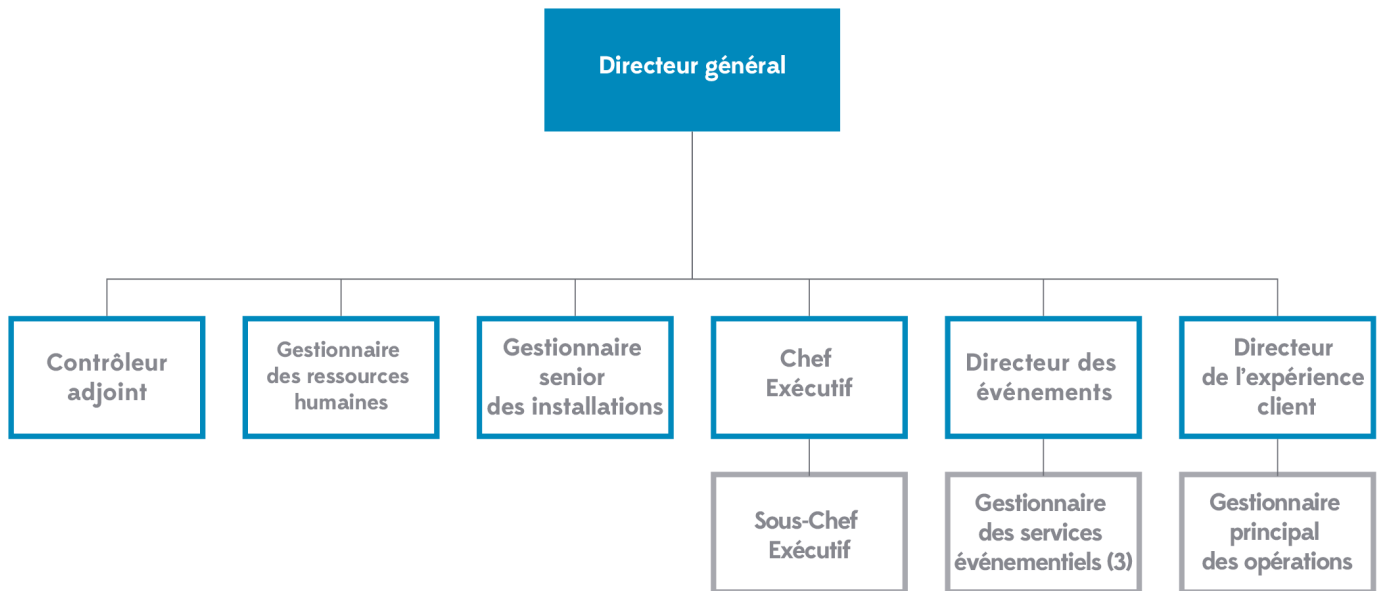
CLASSIFICATION	CCO	ARAMARK	TOTAL
Temps plein syndiqués	8	56	64
Temps partiel syndiqués	1	100	101
Occasionnels syndiqués	5	80	85
<i>Sous-total employés syndiqués</i>	14 <i>(Local 5297)</i>	236 <i>(Local 8327)</i>	250
Temps plein non syndiqués	11	17	28
Temps partiel non syndiqués	0	3	3
<i>Sous-total employés non syndiqués</i>	11	20	31
TOTAL	25	256	281

Note : Dans ce tableau, 4 employés non syndiqués d'Aramark et 157 employés syndiqués (section locale 8327) restent en mise à pied temporaire.

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA



STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU FOURNISSEUR DE SERVICES



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 se raréfient et la concurrence qui émergera de COVID-19 sera plus féroce que jamais. Pour sortir de cette pandémie, il faudra également adopter des approches nouvelles et innovantes pour assurer la sécurité des réunions et aller de l'avant.

Avec un taux d'occupation des hôtels autour de 50 %, la taxe municipale sur l'hébergement générera des revenus moins élevés pour Tourisme Ottawa. Collectivement, nous reconnaissons que le premier marché à rebondir sera le marché local, et probablement pas avant l'automne 2022.

Compte tenu de nos ressources limitées, nous travaillerons en étroite collaboration avec Tourisme Ottawa pour nous assurer que nous ne faisons pas double emploi et que nous utilisons nos ressources de façon judicieuse. Les activités de vente commenceront à passer des rencontres zoom et des points de contact virtuels au face à face, ce qui soutiendra finalement le principe pour lequel le centre a été construit, à savoir les réunions en personne. La nécessité de renforcer les ressources humaines sera une priorité pour la reconstruction de notre entreprise. Le maintien en poste du personnel a été difficile, car les employés se tournent vers des industries et des secteurs moins touchés par la pandémie. ThinkOttawa a été mis en pause jusqu'à la fin de 2022 ou potentiellement 2023.

ARAMARK – PARTENARIAT DE SERVICES AUX INSTALLATIONS

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. La pandémie a affecté les services et les revenus de nos partenaires, ce qui a conduit Aramark à réduire les effectifs de son équipe de gestion en ces temps difficiles, à la fois au CCO, mais aussi à l'échelle de l'entreprise.

Pour l'avenir, notre objectif sera de continuer à dépasser les attentes de nos clients, d'augmenter nos scores et de remporter le prix de « Meilleur centre de congrès au monde » de l'AIPC. Notre défi est de maintenir ces scores dans un marché concurrentiel en constante évolution alors que les attentes des clients deviennent de plus en plus exigeantes et que les normes de service doivent être ajustées pour refléter l'ère dans laquelle nous évoluerons lorsque les affaires reprendront et que les futures pandémies deviendront une réelle préoccupation.

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

En 2010, le CCO et Encore ont conclu un partenariat de 15 ans dans le cadre duquel ils fournissent les principales offres de services événementiels pour nos événements, notamment l'audiovisuel (AV), les communications et les technologies de l'information (TIC).

En janvier 2019, The Freeman Company (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 allée de l'avant. Bien que cela ne représente aucun changement actuel dans la relation entre le CCO et Encore, on prévoit que cette fusion et cette acquisition pourraient améliorer les options technologiques sur le site. Le 1er mars 2021, Encore s'est vu attribuer le contrat de gréage et d'électricité, qui s'ajoute à sa large gamme d'offres de services " tout-en-un " au CCO, qui comprend désormais des offres Internet, de télécommunications, d'affichage numérique, audiovisuelles, virtuelles et hybrides.

La technologie est un facteur essentiel pour obtenir des conventions. Il s'agit d'un secteur extrêmement compétitif et il y a une forte demande pour obtenir des réservations. Encore fournit un service clé en main pour les congrès et les événements et le CCO reçoit une commission sur les ventes de services, ce qui constitue une importante source de revenus. L'efficacité de cette solution fournie est démontrée par les enquêtes de satisfaction de nos clients et par la négociation des réservations. Si ces services n'étaient pas disponibles à un tel niveau de professionnalisme, notre capacité à vendre des événements serait compromise. Encore AV fournit à nos clients les services audiovisuels et les TIC nécessaires à la production d'événements depuis avril 2011. En moyenne, ils assurent le service de 95 % des événements qui se déroulent dans 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.

Pour atteindre ces objectifs, Encore et le CCO maintiennent un programme de partenariat de service. Ce programme a permis de maintenir les résultats de notre enquête auprès des clients à 4,5 sur 5. Pour aborder la part de marché et, plus important encore, augmenter la part des événements qui n'utilisent pas actuellement 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 a permis à Encore de servir 95% de nos clients.

Notre capacité à répondre aux besoins en constante évolution de notre clientèle est un élément 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 en matière de qualité et de service plus élevées. Grâce à notre accord, Encore peut facilement sortir d'un système de proposition rigide et fournir des offres flexibles et appropriées au risque pour dépasser les besoins des clients qui ne sont pas seulement nationaux mais internationaux. Cette approche est très saine et propice dans un environnement où être perçu comme étant une entreprise avec qui il est facile de faire des affaires est un ingrédient essentiel pour favoriser une solide réputation.

Encore innove continuellement afin de fournir des solutions de pointe à ses clients et partenaires de salles de spectacles et a récemment lancé un logiciel de gestion des relations avec la clientèle, Compass, qui permet aux équipes de salles de spectacles et d'Encore de travailler ensemble de façon transparente en intégrant le système d'affaires de la salle de spectacles à une fonctionnalité robuste d'entonnoir de vente qui fournira un niveau d'intégration, de visibilité et de rapports unique dans notre industrie. Cet outil exclusif est une solution technologique collaborative qui est 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 vente d'événements, Polaris, qui est 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 après l'événement.

Encore propose également une série de plates-formes virtuelles et hybrides. Que ce soit en raison de restrictions de voyage à l'échelle mondiale ou de circonstances personnelles, Encore peut aider le spectacle à se poursuivre même si un présentateur clé ou une partie des 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 commandite et une capacité accrue d'engagement du public. Avec la forte demande de connectivité Internet liée aux événements virtuels et hybrides, Encore, avec l'approbation de du CCO, a récemment mis à niveau le service « Telco backbone » de 500Mbps à un service de 1Gigabit avec une redondance de 1Gigabit.

En raison de la pandémie de COVID-19, Encore a réduit son équipe au CCO. Cependant, Encore a rappelé des membres de l'équipe afin de soutenir l'augmentation des événements en direct au CCO. Encore continuera à augmenter les niveaux de soutien sur place en fonction de l'augmentation des niveaux d'activité.

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 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, mais la date de clôture est prévue pour le premier semestre de 2022.

9. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION

Les deux dernières années ont été extrêmement difficiles du point de vue du marketing et de la communication, mais l'avenir est prometteur. Notre objectif, qui était de tenter de maintenir la notoriété de la marque, avec des ressources limitées, a été difficile, mais il a été atteint. Pour aller vers un avenir plus radieux, il faudra des ressources pour maintenir la notoriété de la marque et commercialiser le Centre de manière efficace, car nos concurrents s'efforcent tous de constituer leur réserve de réservations sur les livres à mesure que l'économie commence à se redresser. Nous poursuivrons nos stratégies pré-pandémiques en mettant en avant les caractéristiques distinctives de nos installations, l'excellence de notre personnel et les avantages offerts à nos segments de marché cibles. Nous le faisons tout en continuant à communiquer avec les clients existants, en répondant à leurs demandes, en anticipant leurs besoins et en y répondant, et en les engageant à des fins de rétention. Tout au long de l'année, nous serons conscients que nos entreprises ciblées devront peut-être s'adapter à de nouvelles industries potentielles, car certaines se rétabliront plus rapidement que d'autres. Nous continuerons à être conscients de l'environnement actuel et à respecter tous les protocoles de santé et de sécurité, ainsi qu'à être attentifs aux différents niveaux de confort de ceux qui apportent des événements à notre Centre.