

OTTAWA
CONVENTION
CENTRE



CENTRE
DES CONGRÈS
D'OTTAWA

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

SOCIÉTÉ DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

RÉVISION DU PLAN D'AFFAIRES ANNUEL 2020/21

TABLE DES MATIÈRES

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE.....	2
2. MANDAT ET VISION	4
3. ANALYSE ENVIRONNEMENTALE.....	6
4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2020 - 2021	7
5. OBJECTIFS ANNUELS ET PARAMÈTRES.....	12
6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE.....	17
7. RESSOURCES HUMAINES	20
8. INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS.....	23
9. STRATÉGIE DE COMMUNICATION.....	27

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Alors que 2019-2020 se termine, l'année aura été plus forte que prévu initialement. On s'attend à ce que la performance par rapport au budget des congrès dépasse le budget de 8,2 millions de dollars. Le Centre des congrès d'Ottawa (CCO) a accueilli 46 congrès au cours de cet exercice pour un objectif de 44 avec plusieurs congrès réservés et réalisés au cours de l'année. Le nombre de conventions a dépassé celui de l'année précédente et nous continuons de constater un grand succès dans la croissance du marché des congrès d'entreprises internationaux. Alors que nous nous préparions à clôturer l'exercice 2019-2020, les perspectives pour la nouvelle année étaient positives.

Le 11 mars, l'Organisation Mondiale de la Santé a déclaré une pandémie, ce qui a immédiatement changé nos perspectives et l'année à venir. Nous avons perdu des revenus importants avec nos premières annulations, soit le Salon international de l'automobile d'Ottawa-Gatineau, la réunion CUPE 2020, le Salon du voyage et des vacances, le Symposium de Pêches et Océans Canada et le Bal annuel des étudiants en sciences. Le plus difficile a été les avis de mise à pied temporaire envoyés à nos 271 membres syndiqués et à 50% de nos employés salariés.

Malgré une fin d'année lugubre, le centre a dépassé son excédent budgétaire de 1,1 M \$, dégageant un surplus de 1,34 M \$. Les investissements capitaux tels que le nouveau revêtement de sol dans la cuisine et les services d'intendance, les nouvelles portes d'entrée, un système de sécurité amélioré, de nouvelles rampes d'accès pour fauteuils roulants, des chariots de service et des améliorations au service de restauration, nous mettent en bonne position lorsque viendra le temps de reprendre les opérations.

Les efforts de vente et de marketing pour l'année à venir se concentreront sur la reprise, la reconstruction et la réouverture. Travailler en étroite collaboration avec notre clientèle pour récupérer les demandes d'annulation a été le principal objectif du premier trimestre de 2020. Nous avons travaillé avec diligence pour reporter les conférences et événements et les déplacer vers les années futures. Les réservations pour 2021 reflètent cela.

Les initiatives détaillées dans ce plan d'affaires refléteront la situation actuelle de lutte contre la pandémie ainsi que les perspectives pour les trois prochaines années. Bien que nous ayons été désarçonnés, nous avons été agiles et créatifs dans notre approche tant au niveau des opportunités commerciales qu'au niveau de notre solide plan de reprise. Cette année marquera notre 10^{ème} anniversaire d'opération. Il est important d'avoir hâte d'accueillir de nouveau nos clients, de retrouver nos précieux collègues et de reconstruire l'esprit d'excellence client qui a été l'un des principaux piliers de notre formidable succès au cours des dernières années.

2020-2021 aurait été la meilleure et la plus forte année en matière de congrès avec plus de conférences dans toute la ville que les années précédentes. Notre équipe de vente et de marketing continue de remplir le calendrier dans le futur. Bien que nos efforts immédiats soient locaux et nationaux, nous sommes bien positionnés pour entrer sur la scène internationale avec notre partenaire le plus proche et le plus stratégique, Tourisme Ottawa, le moment venu.

Une fois les restrictions levées et le CCO autorisé à accueillir des événements, cela offrira l'occasion de préparer l'établissement et le personnel aux nouveaux protocoles de services et de santé à l'avenir.

RÉSULTATS 2019-2020

Notre calendrier d'évènements en 2019-2020 couvrait un large éventail de clientèle. Certaines de nos conventions réservées à court terme pour cet exercice comprenaient le championnat de lutte panaméricain, incluant la qualification olympique 2020, la compétition de cheerleading Varsity Spirit ainsi que le sommet et la réunion financière mondiale de Shopify. Le CCO a accueilli 46 conventions au total, y compris de nombreux événements annuels récurrents mais aussi de nouvelles conventions.

Les prévisions financières pour cet exercice se sont avérées difficiles, les planificateurs de réunions sous-estimant la participation afin d'éviter toute clause de pénalité; la majorité de nos congrès ont augmentés considérablement leur participation voir presque doubler dans certains cas. De telles augmentations entraînent des revenus supplémentaires de nourriture et de boisson et de frais de location. Nous avons aussi eu le vent dans les voiles pour nos objectifs de parrainage/partenariat. En négociant le statut de fournisseur privilégié pour les vendeurs de longue date mais aussi grâce à l'augmentation des partenariats publicitaires et au partenariat stratégique avec un commanditaire de vin qui soutient notre objectif d'augmenter les revenus tout en choisissant «local».

Nos efforts de vente et de promotion nous ont conduits à Gleneagles en Écosse où nous avons organisé un évènement client très réussi. Nous les avons impressionnés avec notre concept « Identique mais différent » mettant en valeur ce qu'Ottawa a à offrir. Les commentaires de nos invités de l'industrie ont été positifs. Le retour sur investissement de cet événement sera fort. En fait, nous avons généré des prospects et des visites de sites à partir de cet évènement. De nombreuses publications ont repris notre communiqué de presse ou ont publié leurs propres articles sur Ottawa. Bien que la pandémie ait obligé Tourisme Ottawa à annuler cet évènement pour 2020, étant donné son succès passé, il y a une forte probabilité que cet événement se répète à l'avenir lorsque les budgets de promotion reviendront au niveau pré-pandémique.

Le CCO est un acteur à part entière de notre ville et, à ce titre, nous continuons de le faire valoir en tant que bon citoyen corporatif et de soutenir nos efforts au pays et à l'étranger pour les moins fortunés. Nous continuons d'appuyer Mealshare en tant que partenaire fondateur ainsi que notre propre programme « Un Héritage à Partager » par lequel les clients peuvent faire don de leurs excédents à la communauté locale d'Ottawa ou à l'étranger avec l'aide bénévole de collègues du CCO.

PERSPECTIVES POUR 2020-2021

Notre objectif pour cet exercice financier reste axé sur la gestion de crise, en travaillent notamment sur les reports, la réduction des effectifs, les annulations et la reprise. Il est tout aussi important de garder nos précieux collègues engagés pendant cette pandémie grâce à une communication continue et à d'autres voies de communication.

L'exonération des frais d'annulation pour les contrats multi-années dans le secteur des associations nationales s'est avérée fructueuse. L'AMO (Association des municipalités de l'Ontario) en est un exemple. Cette association a été annulée pour août 2020. En renonçant à nos frais d'annulation, nous avons pu déplacer cette réservation en 2024 et gagner une année supplémentaire pour Ottawa en signant également 2025.

2. MANDAT ET VISION

VISION

Des gens inspirés créant des évènements 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. Situé à Ottawa, la capitale nationale, le Centre Shaw propose aux canadiens et aux clients du monde entier un lieu de rassemblement pour faciliter l'apprentissage et l'épanouissement, où les gens peuvent partager leurs connaissances, leurs opinions 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 évènements 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 expose les possibilités de revenus, les projections financières, les actions stratégiques et tactiques de vente et de marketing du CCO pour l'année. Alors que 2020 reflétera un défi sans précédent, il y a un grand optimisme alors que nous voyons une année forte à venir en 2021/2022. Malheureusement, la pandémie et la baisse d'activité ont nécessité la mise à pied temporaire de notre main-d'œuvre syndiquée ainsi qu'une réduction de 50% de notre main-d'œuvre non syndiquée. Nos partenaires Aramark et Encore ont également réduit leurs effectifs en raison du virus. La probabilité d'une deuxième vague de pandémie exige une évaluation continue de nos dépenses et de notre capacité à supporter notre obligation annuelle envers l'Office Ontarien de financement.

Alors que nous entamons notre 10^{ème} année d'exploitation, nous avons répondu à nos besoins croissants pour remplacer nos immobilisations, le mobilier et les équipements, pour assurer la gérance de nos installations et la compétitivité de nos offres. Bien qu'une partie des mises à niveau aient eu lieu en 2019-2020, des projets importants, tel que le remplacement de tapis, seront reportés aux années futures. Actuellement, les investissements capitaux prioriseront la santé et la sécurité. La pandémie étant une préoccupation constante, nous aurons besoin d'un équipement de protection individuelle dans le cadre de notre plan d'immobilisations. Nous continuons de travailler avec le ministère pour déterminer comment aborder les investissements capitaux avec des réserves très limitées. Une obligation future continue sera le 1 million de dollars payable à l'Office Ontarien de financement chaque année. Nos réserves étant utilisées pour financer le centre lors de sa fermeture, nos réserves précédentes pourraient ne pas permettre le paiement en 2022-2023.

Nos efforts internationaux ont été suspendus. PensezOttawa n'a actuellement pas de ressources étant donné que nos efforts internationaux prendront des années à se reconstruire et que les voyages ne devraient pas rebondir avant au moins 2 à 3 ans ou jusqu'à ce qu'un vaccin ait été trouvé. La distanciation physique exigera une reconfiguration complète de la façon dont nous conduisons les réunions en toute sécurité. De nouveaux plans d'étage et des graphiques de capacité réduiront notre capacité à accueillir des événements avec un nombre important de participants.

Ottawa connaissait une tendance positive dans notre part de marché dans le secteur des congrès et réunions. Avec des hôtels dont le taux d'occupation est inférieur à 20%, la taxe municipale d'hébergement ne générera pas suffisamment de revenus de marketing pour augmenter considérablement les efforts de ventes et le marketing lorsque nous aurons la possibilité de rouvrir et de reprendre l'organisation d'événements.

4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2020 - 2021

Catégorie de risque : Opérationnel	
Santé et Sécurité (client et personnel)	
Description	Le CCO reconnaît son obligation de devoir fournir et maintenir un lieu de travail sûr, sain et sécuritaire pour nos employés et pour toute personne susceptible de visiter le lieu de travail, comme les clients, les fournisseurs tiers, les entrepreneurs, les délégués et/ou les membres du public. Nous devons nous assurer que des processus et des procédures solides sont en place pour protéger l'installation, nos actifs et nos ressources corporelles et incorporelles contre les menaces internes et externes. Notre objectif est d'assurer le bon fonctionnement de l'installation et d'atténuer les risques.
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière
Répercussions et portée	<p>Élevé</p> <p>L'impact est le risque pour la réputation et la stabilité financière, le risque pour la santé, le risque de blessures et/ou de dommages aux actifs et à l'installation.</p>
Mesures d'atténuation	<p>Continuer à faire de la santé et de la sécurité une priorité en restant conforme à toutes les lois, normes et lois gouvernementales. Passer en revue et continuer à améliorer notre formation et donner des formations de rappel pour la santé et la sécurité au travail, les interventions d'urgence et la sécurité des personnes en cas d'incendie ainsi que sur les procédures opérationnelles (SOP) spécifiques au département.</p> <p>Examiner les processus chaque année en les mettant à jour au besoin avec les données actuelles et identifier les nouveaux besoins.</p> <p>Élaborer un plan de reprise pour la pandémie et mettre à jour les processus et les procédures pour diminuer les risques, qui inclut notamment la réorientation, la formation, des aides visuelles et des ajustements aux déplacements et aux capacités dans le bâtiment.</p> <p>Continuer de surveiller et de donner suite aux recommandations du comité de santé et de sécurité.</p> <p>Continuer à planifier des tournées bimensuelles des installations avec l'équipe de direction.</p> <p>En 2019-2020, nous avons remplacé notre logiciel de caméras désuet par une technologie de pointe.</p> <p>Continuer à participer aux audits de qualité et de sécurité des aliments, via un portail sur la sécurité alimentaire qui est examiné et audité par un tiers.</p>

Catégorie de risque : Opérationnel	
Accès limité aux blocs de chambres d'hôtel	
Description	Ottawa possède une communauté hôtelière solide, ce qui entraîne une disponibilité limitée des blocs de chambres consacrés aux activités de congrès d'ici 2020. Pendant la pandémie, cela a considérablement changé. La distanciation physique étant une priorité lors de la reprise des activités, le CCO bénéficiera d'un avantage en raison de ses espaces ouverts.
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière
Répercussions et portée	Faible Les planificateurs de réunions préfèrent passer des contrats avec le moins d'établissements hôteliers possible pour atténuer leur risque lié aux clauses d'attrition. Vu que nous augmentons nos parts de marché sur le marché international des congrès en tant que destination, ce segment est moins dépendant des blocs de chambre mais cherche à obtenir un soutien financier comme une reconnaissance plus globale pour sécuriser Ottawa en tant que destination.
Mesures d'atténuation	Les messages de marketing se concentreront sur Ottawa en tant que ville accessible à pied et sûre, avec une grande variété d'hôtels. Le système de train léger sur rail, maintenant pleinement opérationnel, aidera à rendre plus d'hôtels accessibles en trois minutes/trois arrêts pour atteindre le CCO. Nous continuerons à commercialiser la ville comme une ville sûre et accessible à pied.

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	
Anticipation d'une récession	
Description	<p>Au cours de la séance sur les perspectives économiques d'Ottawa le 5 novembre 2019, les économistes suggéraient qu'une récession allait arriver dans les prochaines années.</p> <p>Avec la pandémie, le Canada a été plongé dans une récession et une grande partie du monde, où se trouve nos clients et nos fournisseurs, a aussi été grandement affectée.</p>
Priorité stratégique connexe	Stabilité financière
Répercussions et portée	<p>Historiquement, lorsqu'une récession frappe, le marché des associations continue de se réunir annuellement. Cependant, il peut réduire considérablement son budget dédié aux congrès.</p> <p>Le secteur des entreprises quant à lui, annulera probablement les congrès et évènements annuels.</p> <p>À court terme, nous anticipons que le marché des associations privilégiera les évènements hybrides.</p>
Mesures d'atténuation	<p>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.</p> <p>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.</p>

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'exercices 2020/21:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revenu brut : 2,8 millions de dollars; • Retombées économiques : 10 millions de dollars; • Réserve à venir : 19,7 millions de dollars; • Perte nette d'exploitation : 3,6 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 2018-19	Réel 2019-20	PRÉVISION 2020-21	PLAN 2021-22	PLAN 2022-23
Retombées économiques	141	140	10	180	190
Revenu brut	17,9	18,1	2,8	19,7	20,8
Revenu net d'exploitation	1,35	1,34	(3,6)	1,4	1,9
Réserve à venir	17,1	19,0	19,7	19	19,5

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 évènements.</p> <p>Au CCO, un taux d'environ 70 % correspondrait à une occupation totale.</p>				
Stratégies	<p>En partenariat avec Tourisme Ottawa, le CCO visera à améliorer son taux d'occupation sur le marché des congrès internationaux et sur le marché des entreprises, associations et congrès canadiens et américains.</p> <p>Le Taux d'occupation pourrait augmenter dû au fait que les clients auront besoin de plus d'espace pour maintenir la distanciation physique.</p>				
Mesures de performance	<p>Le taux d'occupation est calculé pour chaque évènement. Un sommaire est ensuite effectué dans un rapport trimestriel.</p>				
Description	Réel 2018-19	Réel 2019-20	Prévision 2020-21	Plan 2021-22	Plan 2022-23
Taux d'occupation	47,2%	47,2%	12,9%	48%	50%

Objectif stratégique N° 3 : Le service à la clientèle					
Objectif	<p>Maintenir un score de satisfaction client de 4,5 ou plus.</p> <p>Nous anticipons une certaine latitude des clients avec les taux de réponse, car bon nombre de nos clients sont maintenant des clients réguliers.</p> <p>Avec l'approbation des investissements capitaux en 2019, nous avons pu augmenter les stocks d'équipements spécifiques et investir dans certains nouveaux équipements. Cela a amélioré notre inventaire actuel qui était fatigué et désuet.</p> <p>Nos efforts, en 2020-2021, se concentreront sur de nouveaux standards et procédures pour garantir que la pandémie n'affecte pas la confiance de nos clients qui accueillent des événements.</p>				
Stratégies	<p>Nous continuerons d'assurer l'adhésion à un service exceptionnel à toutes les phases du cycle de vente et de service en créant et en engageant des groupes de discussion avec les clients, en utilisant des inspections imprévues et en offrant un leadership sans compromis, une formation améliorée et un encadrement à tous les collègues du CCO. Nous continuerons de développer une culture de service à la clientèle avec des campagnes pour offrir l'extraordinaire grâce à l'engagement des employés. Nous examinerons continuellement les processus pour un service plus transparent et efficace.</p> <p>Nous avons mis à jour notre sondage actuel et allons maintenant commencer à aligner nos paramètres de convention sur les normes AIPC/APEX (Ipsa) pour soutenir les niveaux de participation.</p> <p>Compte tenu de la pandémie, notre investissement immédiat passera de la mise à niveau de nos équipements pour rester à la pointe de la technologie à un investissement dans les processus et équipements de santé et de sécurité. Cela sera nécessaire pour maintenir la confiance des clients et assurer une expérience sécuritaire pour les occupants de nos installations. Nous mettrons à jour notre sondage avec des questions spécifiques à la pandémie afin de surveiller l'expérience des visiteurs et les niveaux de confiance pendant cette période sans précédent.</p>				
Mesures de performance	<p>Les sondages de satisfaction clients sont envoyés par voie électronique après chaque événement. 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 pour assurer un suivi au besoin.</p>				
Description	Réel 2018-19	Réel 2019-20	Prévision révisée 2020-21	Plan 2021-22	Plan 2022-23
Taux de satisfaction	4,57	4,8	4,5	4,6	4,6
Taux de réponse	36 %	23 %	23 %	25 %	25 %

Objectif stratégique N° 4 : Les ressources humaines				
Objectif	<p>Les collègues du CCO offrent constamment un service clientèle exceptionnel qui se reflète dans les taux de satisfaction des clients. Le CCO s’engage à travailler avec ses collègues afin de leur fournir le meilleur environnement de travail qui soit et les outils dont ils ont besoin pour s’acquitter avec succès de leurs responsabilités. En mobilisant nos employés, nous leur donnons les moyens de réussir et nous créons un sentiment de loyauté. Notre objectif est d’ouvrir la communication pour connaître le point de vue du personnel et d’améliorer les résultats du sondage auprès des collègues. Ce résultat permettra d’assurer la réussite financière du CCO, de conquérir des clients réguliers et d’obtenir de nouvelles réservations grâce au bouche-à-oreille.</p> <p>En 2020-21, nous allons améliorer nos protocoles et procédures de santé et sécurité en réponse à la pandémie et aux lignes directrices de la santé publique. Avec la diminution de nos effectifs due à la pandémie, il sera encore plus important de trouver les moyens de mobiliser nos collègues.</p>			
Stratégies	<p>Les résultats des sondages auprès des collègues sont examinés par l’EHD. Les membres se réunissent ensuite avec les responsables des services afin de discuter de stratégies et de faire un suivi. Des groupes de discussion composés de collègues de divers services abordent tous les secteurs de préoccupation et formulent des recommandations. La direction du CCO s’engage à faire preuve d’un leadership efficace et à donner des formations et du coaching aux collègues. Le sondage à l’intention des collègues se fera au printemps et à l’automne, lorsqu’il est possible de compter sur un plus grand engagement de la part des employés.</p> <p>En 2020-21 le CCO mettra en place des stratégies de recrutement, de rétention de personnel, d’engagement des employés et de planification de la relève. Ces questions sont d’une importance capitale pour stimuler l’engagement des collègues et assurer leur satisfaction.</p>			
Mesures de performance	<p>En 2018-19, le sondage auprès des collègues s’est effectué sur une nouvelle plateforme en ligne et il a été décidé que le sondage serait fait 2 fois par an.</p> <p>Nous avons planifié d’administrer le prochain sondage au printemps 2020-21 mais nous l’avons reporté en 2021-22 à cause des mises à pied qui ont eu lieu en mars en raison de la pandémie.</p>			
Description	Réel 2018-19	Réel 2020-21	<i>Budget</i> 2021-22	Plan 2023-24
Taux de satisfaction	6,8 / 10	Reporté	5 / 10	6 / 10

Objectif stratégique N° 5 : Responsabilité sociale & durabilité

<p>Objectif</p>	<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. 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> <p>Les nouvelles procédures (gants, masques, aliments préemballés) mises en place pour assurer la sécurité de nos occupants pendant la pandémie mondiale auront un impact négatif sur notre programme de réacheminement des déchets.</p>
<p>Stratégies</p>	<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> <ol style="list-style-type: none"> 1. 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. 2. 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. 3. 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>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. Acheter des produits ayant le moins d'impact environnemental pour assurer la sécurité pendant la pandémie.</p>
<p>Mesures de performance</p>	<p>Examiner la participation aux trois programmes de responsabilité sociale d'entreprise mentionnés ci-dessus à la fin de l'année.</p> <p>Le CCO participe à un programme de gestion des déchets alimentaires très rigoureux. Le programme comprend des audits mensuels de la qualité des aliments au cours desquels la cuisine est examinée et évaluée sur la base de valeurs prédéfinies. La haute direction examine ensuite les résultats. Des rapports relatifs au réacheminement des déchets sont produits et examinés chaque mois et les anomalies sont traitées immédiatement.</p>

Description	Réel 2018-19	Réel 2019-20	Prévision révisée 2020-21	Plan 2021-22	Plan 2022-23
Réacheminement des déchets	59 %	55 %	55 %	57 %	60 %

6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

	Réel	Prévision Révisée	Budget	Plan Stratégique	Plan Stratégique
	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024
Nourriture & Boisson	10,880,270	3,706	1,732,000	7,258,340	10,156,446
Location des installations	4,830,877	743,220	768,500	2,922,810	4,241,192
Commissions	1,423,612	104,523	201,500	973,672	1,407,279
Publicité	628,144	462,666	494,000	565,425	743,170
Autres revenus	315,927	3,945,587	104,000	132,525	150,026
REVENU BRUT TOTAL	18,078,830	5,259,703	3,300,000	11,852,772	16,698,113
Croissance des revenus	0.90%	-70.91%	-37.26%	259.17%	40.88%
COÛT DES VENTES	7,894,859	2,779	1,299,000	5,442,257	7,510,495
REVENU NET	10,183,971	5,256,924	2,001,000	6,410,515	9,187,618
Croissance du revenu net	1.87%	-48.38%	-61.94%	220.37%	43.32%
POURCENTAGE REVENU NET	56.3%	99.9%	60.6%	54.1%	55.0%
DÉPENSES					
Installations	4,653,952	2,343,297	3,289,500	4,290,946	4,699,118
Services publics	1,003,037	474,633	733,500	1,021,800	1,037,127
Ventes & Marketing	1,455,337	675,483	893,000	1,398,188	1,426,152
Général & Administration	1,736,386	1,409,079	1,610,000	1,653,202	1,686,266
DÉPENSES TOTALES	8,848,712	4,902,492	6,526,000	8,364,136	8,848,663
Pourcentage du revenu brut	48.9%	93.2%	197.8%	70.6%	53.0%
EXCÉDENT D'EXPLOITATION	1,335,259	354,433	(4,525,000)	(1,953,621)	338,955
Pourcentage du revenu brut	7.39%	6.74%	-137.12%	-16.48%	2.03%
Frais d'intérêts	(1,060,452)	(1,052,356)	(1,043,880)	(1,034,995)	(1,025,687)
Amortissement des contributions reportées	3,284,667	3,404,300	3,457,200	3,457,200	3,457,200
Gain sur la restructuration de la dette					
Amortissement des immobilisations	(5,396,600)	(5,571,400)	(4,927,400)	(4,870,000)	(4,830,000)
Excédent des revenus sur les dépenses	(1,837,126)	(2,865,023)	(7,039,080)	(4,401,416)	(2,059,532)

BILAN

	Réel au 31 mars 2020	Prévision révisée au 31 mars 2021	Budget au 31 mars 2022	Plan stratégique au 31 mars 2023	Plan Stratégique au 31 mars 2024
ACTIFS					
Actuel					
Encaisse	5,441,803	2,465,110	(2,983,584)	(5,448,710)	(6,335,291)
Comptes recevables	1,304,241	349,235		0	544,788
Dépenses payées d'avance	93,821	99,365	97,509	99,014	94,550
Total des actifs courants	6,839,865	2,913,711	(2,886,075)	(5,349,696)	(5,695,953)
Immobilisations corporelles	137,515,138	133,001,738	128,074,338	123,204,338	118,374,338
Total des actifs	\$ 144,355,003	\$ 135,915,448	\$ 125,188,263	\$ 117,854,642	\$ 112,678,385
PASSIFS ET ACTIF NET					
Actuel					
Comptes payables et charges à payer	2,503,373	643,783	648,996	648,997	643,786
Revenus différés et dépôts des clients	2,676,737	1,596,821	1,346,821	2,066,821	2,766,821
Tranche de la dette à long terme	177,647	186,120	195,005	204,314	214,065
Total des passifs courants	5,357,757	2,426,724	2,190,822	2,920,132	3,624,672
Retenue de construction payable					
Revenus reporté et dépôts	611,085	500,000	700,000	700,000	550,000
Dette à long terme	28,607,020	28,420,906	28,225,902	28,021,588	27,807,523
Apports reportés - Immobilisations	95,492,872	93,146,572	89,689,372	86,232,172	82,774,972
Total des passifs	124,710,977	122,067,478	118,615,274	114,953,760	111,132,495
Actif net (déficit)	14,286,269	11,421,246	4,382,167	(19,250)	(2,078,782)
Total passifs et actifs net	\$ 144,355,003	\$ 135,915,448	\$ 125,188,263	\$ 117,854,642	\$ 112,678,385
État de l'évolution de l'actif net					
Actif net - Début d'année	16,123,395	14,286,269	11,421,246	4,382,166	(19,250)
Excédent des dépenses sur les revenus de l'année	(1,837,126)	(2,865,023)	(7,039,080)	(4,401,416)	(2,059,532)
Actif net - Fin d'année	14,286,269	11,421,246	4,382,166	(19,250)	(2,078,782)

FLUX DE TRÉSORERIE

	Réel au 31 mars 2020	Prévision révisée au 31 mars 2021	Budget au 31 mars 2022	Plan stratégique au 31 mars 2023	Plan stratégique au 31 mars 2024
Flux de trésorerie fournis par (utilisés dans)					
Activités d'exploitation					
Excédent des dépenses sur les revenus de l'année	(1,837,126)	(2,865,023)	(7,039,080)	(4,401,416)	(2,059,532)
Éléments sans incidence sur les disponibilités					
Amortissement des immobilisations corporelles	5,396,600	5,571,400	4,927,400	4,870,000	4,830,000
Amortissement des apports reportés liés aux immobilisations corporelles	(3,284,667)	(3,404,300)	(3,457,200)	(3,457,200)	(3,457,200)
Gain sur la restructuration de la dette					
Capitalisation des intérêts sur la dette à long terme					
	274,807	(697,923)	(5,568,880)	(2,988,616)	(686,732)
Variations nettes du fonds de roulement hors caisse	(1,305,313)	(1,746,679)	(48,144)	718,495	4,464
	(1,030,506)	(2,444,602)	(5,617,024)	(2,270,121)	(682,268)
Activités d'investissement					
Achat d'immobilisation capitales	(871,626)	(354,450)	354,450		
Augmentation (diminution) de la retenue de construction à payer					
Frais reportés					
	(871,626)	(354,450)	354,450	0	0
Activités de financement					
Augmentation (diminution) de la dette à long terme	(169,548)	(177,641)	(186,120)	(195,005)	(204,313)
Ligne de crédit					
Cotisations au ministère du Tourisme					
	(169,548)	(177,641)	(186,120)	(195,005)	(204,313)
Entrée (sortie) nette de trésorerie	(2,071,680)	(2,976,693)	(5,448,694)	(2,465,126)	(886,581)
Disponibilités au 1er avril	7,513,483	5,441,803	2,465,111	(2,983,584)	(5,448,710)
Disponibilités au 31 mars	5,441,803	2,465,111	(2,983,584)	(5,448,710)	(6,335,291)

7. RESSOURCES HUMAINES

SOMMAIRE DU PERSONNEL

À l'exception du personnel de gestion et d'administration, le CCO est syndiqué depuis décembre 1995 et est représenté par les Métallurgistes unis d'Amérique (local 8327 et local 5297). La convention collective du local 8327 est venue à échéance le 30 septembre 2017 et a été ratifiée le 2 février 2018 pour une période de trois ans. Le local 8327 représente le personnel de service et relève du fournisseur de services aux installations, ARAMARK. Le local 5297 représente le personnel de sécurité et relève du CCO.

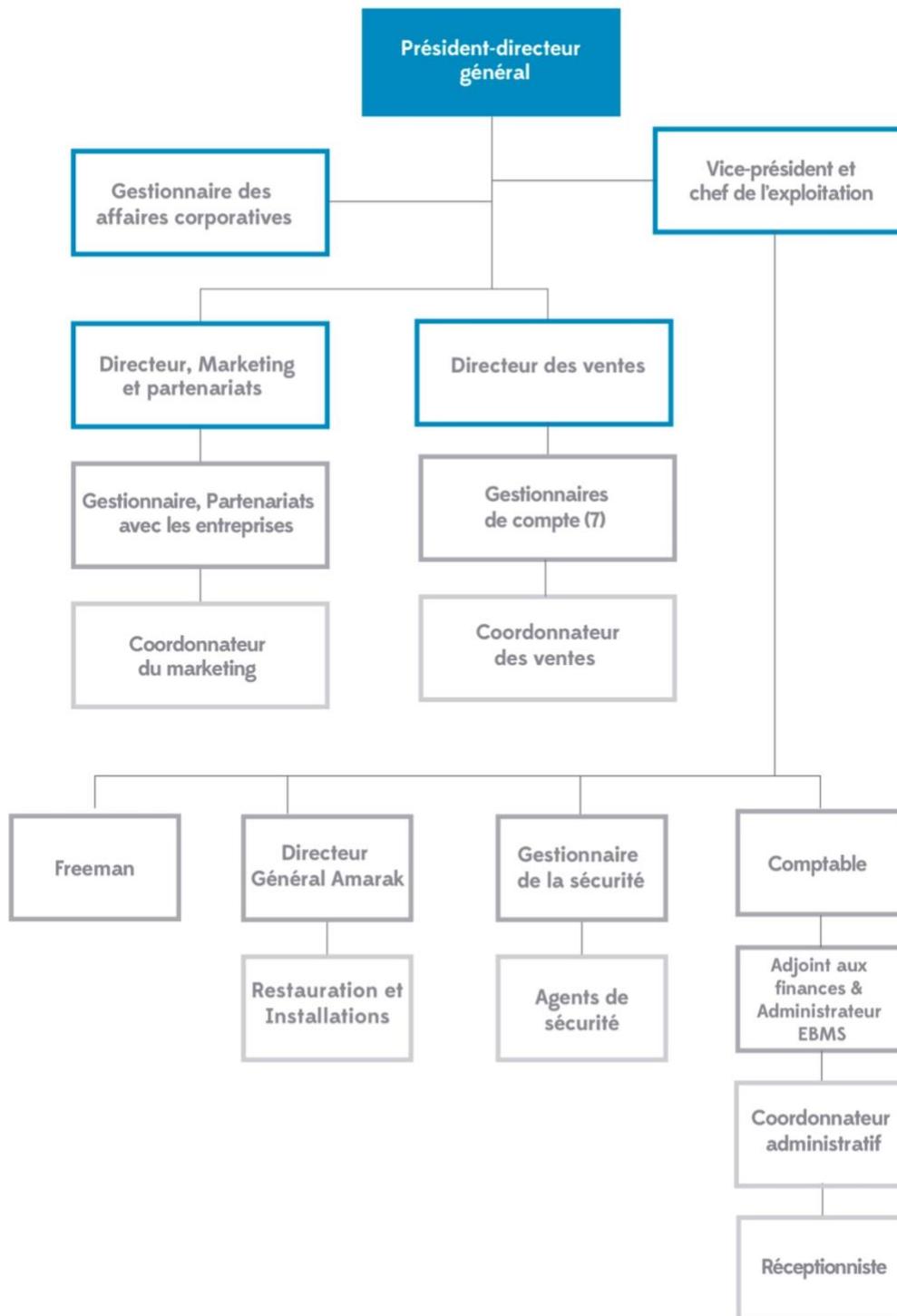
Vous trouvez ci-dessous un aperçu des employés actuels, en date de juillet 2020.

En raison de la pandémie, 6 postes temps plein non syndiqués ont été supprimés. Les données plus bas ont été mises à jour afin de refléter ce changement.

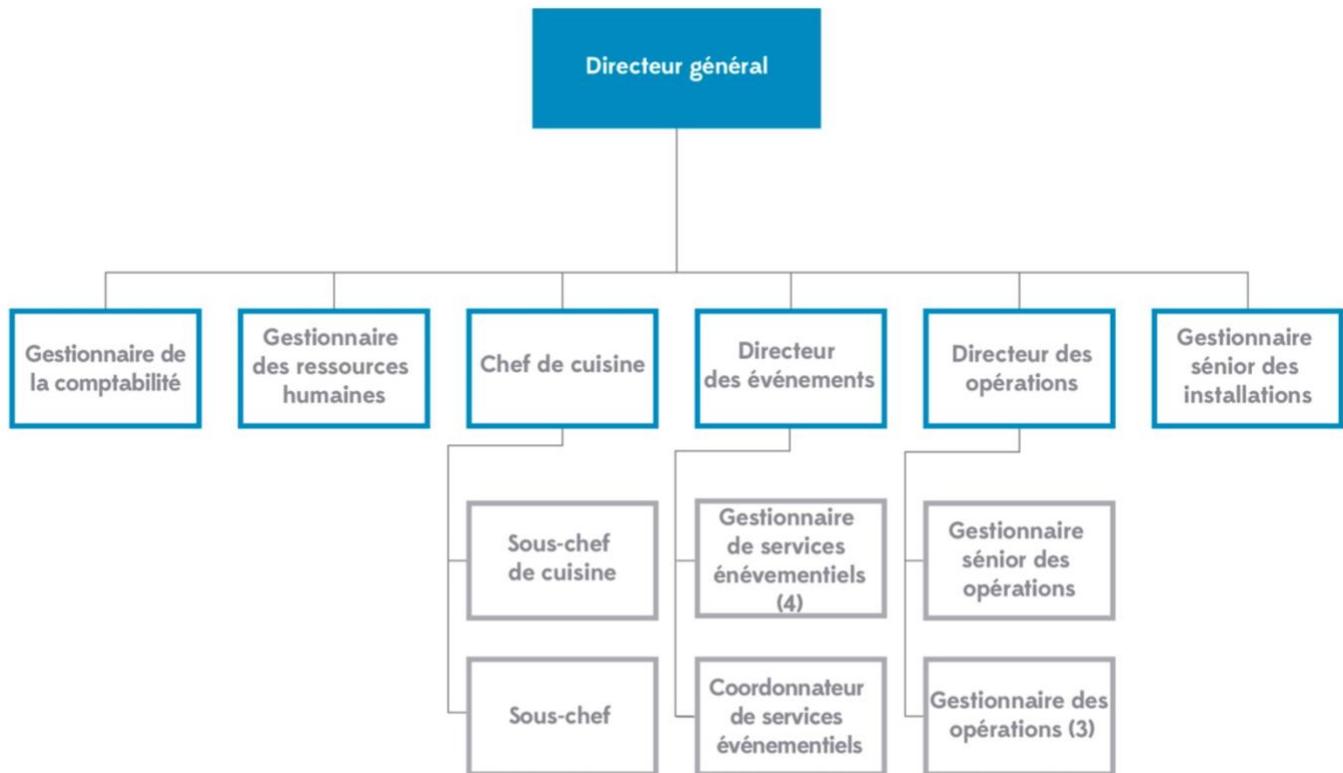
À noter que le tableau plus bas inclut 21 employés non syndiqués et 244 employés syndiqués (Local 8327) qui sont en mise à pied temporaire.

CLASSIFICATION	CCO	ARAMARK	TOTAL
Temps plein syndiqués	8	68	76
Temps partiel syndiqués	0	104	104
Occasionnels syndiqués	9	82	91
<i>Sous-total employés syndiqués</i>	<i>17 (Local 5297)</i>	<i>254 (Local 8327)</i>	<i>271</i>
Temps plein non syndiqués	20	23	43
Temps partiel non syndiqués	0	3	3
<i>Sous-total employés non syndiqués</i>	<i>20</i>	<i>26</i>	<i>46</i>
TOTAL	37	280	317

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU CCO



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 (OGD) et le centre est essentielle car les ressources diminuent mais les attentes et la concurrence augmentent. Étant donné que Tourisme Ottawa a été avisé en 2019 des réductions de financement provinciales, que les hôtels d'Ottawa génèrent des revenus insignifiants de taxe municipale d'hébergement pour soutenir les efforts marketing ainsi que les effets de la pandémie sur le marché, il est de plus en plus important de s'assurer que les ressources disponibles soient pleinement utilisées. Pour notre réussite future, il est essentiel de regarder en avant et au-delà des ravages que la pandémie a causés à nos activités. Bien que le CCO et Tourisme Ottawa aient collectivement peu ou pas de budget de marketing, nous chercherons à profiter des programmes offerts par Destination Ontario, Destination Canada et l'Association de l'Industrie Touristique du Canada. Les relations de vente avec les clients ont toujours été importantes; cependant, elles deviendront encore plus essentielles et critiques pendant cette période. Les médias sociaux seront utilisés pour tenir nos clients informés de nos protocoles de sécurité et de nos futurs plans d'ouverture.

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 le CCO 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 & DES SERVICES D’EXPOSITION

En 2010, le CCO et Encore ont conclu un partenariat de 15 ans dans lequel le groupe de sociétés Freeman fournit les principaux services événementiels pour nos événements, y compris l’audiovisuel (AV), les communications et technologies de l’information (TIC) et la décoration.

En janvier 2019, The Freeman Company (la société mère d’Encore) et PSAV ont conclu un accord d’achat pour que PSAV puisse acquérir Encore Event Technologies, y compris Encore AV Canada. En octobre 2019, la transaction a été approuvée. 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 place.

En juin 2020, Freeman nous a informé qu’il fournirait un service régionalisé uniquement dans le domaine du gréage et de l’électricité et qu’il aurait un service limité à Ottawa. Nous sommes actuellement dans un contrat de 8 ans avec Freeman pour le gréage et les services électriques temporaires qui expirera en mars 2026. Notre contrat sera probablement modifié en raison de cette récente annonce de restructuration et régionalisation.

Au moment de la rédaction de ce plan d’affaires, on ne sait pas encore ce que cette annonce aura comme effet sur notre contrat.

Les technologies sont un facteur essentiel pour obtenir les conventions. Elles sont extrêmement compétitives 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 touche une commission sur les ventes de service; cela est d'ailleurs une source de revenus importante. L'efficacité de la solution fournie est démontrée à travers nos enquêtes de satisfaction client et dans la négociation des contrats. Si ces services ne sont pas disponibles à un niveau aussi professionnel, notre capacité à vendre des événements serait affaiblie. Encore AV fournit à nos clients les services audiovisuels et de TIC de la production d'événements depuis avril 2011. En moyenne, ils desservent 95% des événements qui se déroulent dans l'établissement. Notre partenariat a deux objectifs : i) maximiser la part de marché de Encore et augmenter les revenus et ii) maintenir le niveau et les standards 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 scores de nos sondages clients à 4,5 sur 5. Pour augmenter les parts de marché et, plus important encore, pour augmenter la part des événements n'utilisant actuellement pas 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 principe clé de notre partenariat avec Encore. Les réalités du marché actuel étant les suivantes : des fenêtres de réservation plus courtes, des négociations plus détaillées et plus vigoureuses, des demandes technologiques plus importantes et des exigences plus élevées en matière de qualité et de service. Grâce à notre accord, Encore peut facilement sortir d'un système de proposition habituellement rigide et fournir des offres flexibles et adaptées 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 considéré 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 pour fournir des solutions de pointe à ses clients et partenaires. Il a récemment lancé un système innovant de gestion des opportunités d'évènement qui permet aux sites et aux équipes d'Encore de travailler ensemble de manière transparente en intégrant au système de vente des sites une fonctionnalité de vente robuste qui fournira un niveau d'intégration, de visibilité et de reporting unique dans notre secteur. Cet outil exclusif est une solution technologique collaborative qui est actuellement utilisée par Encore et le CCO pour accroître les revenus mutuels et les parts de marché et qui a été financée uniquement par Encore.

Encore travaille actuellement avec le CCO pour mettre en œuvre Envision, un outil en ligne et une application conçue par Encore, grâce auxquels, au lieu d'envoyer du personnel effectuer des visites de sites coûteuses et chronophages, vous pouvez effectuer le même travail tout aussi efficacement depuis votre bureau. Avec des visites virtuelles, la gestion des commandites et la planification de l'espace, Classic Envision fournit aux organisateurs de salons et aux planificateurs de réunions une solution en ligne simplifiée pour planifier et exécuter leur évènement. Que vous souhaitiez explorer le site, afficher les plans d'étage ou planifier des opportunités de commandites, Envision vous permet de visiter virtuellement l'installation à partir de votre téléphone, tablette ou ordinateur. Pour une expérience intégrant encore plus de possibilités, Custom Envision présente des opportunités de commandites dans tout l'établissement. Bien que le lancement d'Envision soit actuellement suspendu, nous sommes impatients de le lancer lorsque les activités reprendront dans les années à venir.

Encore a réduit les effectifs de son équipe tant du côté électrique que du gréage mais aussi du côté audiovisuel au CCO. D'autres réductions pourraient être imminentes, mais actuellement incertaines avec la fermeture du CCO.

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.

9. STRATÉGIE DE COMMUNICATION

SURVOL

Nous poursuivons les initiatives des années précédentes, notre principal objectif de communication étant de maintenir la notoriété de la marque sur le marché en mettant en valeur les caractéristiques distinctives de notre établissement, son personnel exceptionnel et ses avantages pour nos segments de marché.

Nous le faisons tout en continuant à communiquer avec les clients existants, en répondant aux demandes, en anticipant/répondant à leurs besoins et en les engageant à des fins de rétention. Tout en gardant à l'esprit que nos marchés cibles auront peut-être besoin d'être ajustés à de nouveaux marchés au fur et à mesure que les restrictions seront levées et que des entreprises qui n'avaient pas besoin de nos services avant pourraient en avoir besoin.