



SOCIÉTÉ DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

PLAN D'AFFAIRES ANNUEL 2021/2022

TABLE DES MATIÈRES

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE	2
2. MANDAT ET VISION.....	5
3. ANALYSE ENVIRONNEMENTALE	7
4. STRATÉGIE D'ÉVALUATION DES RISQUES 2021 -2022.....	8
5. OBJECTIFS ANNUELS ET PARAMÈTRES	13
6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE	18
7. RESSOURCES HUMAINES.....	21
8. INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS	24
9. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION.....	28

1. RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Le 11 mars 2020, l'Organisation mondiale de la santé a déclaré une pandémie qui a immédiatement changé nos perspectives et l'année à venir. Nous avons perdu d'importants revenus, nos premières annulations étant le Salon international de l'auto d'Ottawa-Gatineau, la réunion 2020 du SCFP, 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 de l'équipe et la réduction permanente de 60 % du personnel salarié. Les dépenses ont été réduites et les projets d'entretien non liés à la santé et à la sécurité ont été mis en attente. À l'exception du petit-déjeuner annuel Christmas Cheer et du petit-déjeuner de l'Hôpital d'Ottawa, toutes les autres activités de commandite ont été annulées. Le CCO a été obligé par le ministère de la Santé d'Ottawa de fermer ses portes pendant une partie de l'année 2020/2021 et le ministère a par la suite mis en place des restrictions de rassemblement permettant au centre d'ouvrir le bâtiment pour des groupes de 50 personnes ou moins.

Les efforts de vente et de marketing pour l'année à venir et pour 2021 seront axés sur le rétablissement, la reconstruction et la réouverture. L'instauration de la confiance et l'assurance que nous pouvons organiser des événements en toute sécurité seront primordiales dans le cadre de notre redressement. Travailler en étroite collaboration avec notre clientèle pour sauver les demandes d'annulation a été le principal objectif de 2020. Nous avons travaillé avec diligence pour "reporter" des conférences et des événements et les remettre aux années suivantes. Les réservations sur les livres initialement prévu pour 2021 reflétaient cet état de fait ; toutefois, à l'heure où nous clôturons le calendrier de 2020, la pandémie est loin d'être terminée et se prolongera en 2021/2022.

Les initiatives détaillées dans ce plan d'affaires reflèteront la situation actuelle, qui consiste à traverser la pandémie, ainsi que les perspectives pour les trois prochaines années. Bien que nous ayons été 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 du retour de nos clients et de nos précieux collègues, ainsi que de la reconstruction de l'esprit d'excellence du client qui a été le principal pilier de notre formidable succès au cours des dernières années.

L'année 2020/2021 aurait été la meilleure et la plus forte année d'activité de congrès du centre, avec plus de conférences dans toute la ville que les années précédentes. Notre équipe de vente et de marketing continue à remplir le pipeline pour l'avenir. Alors que la pandémie semble se poursuivre en 2021, nous avons constaté que nos clients hésitent à reprogrammer l'avenir avec tant d'inconnues. Bien que nos efforts immédiats se concentrent sur les marchés locaux et nationaux, nous sommes bien préparés à entrer dans l'arène internationale avec notre partenaire le plus proche et le plus stratégique, Tourisme Ottawa, le moment venu. On prévoit que le marché international prendra de 3 à 4 ans pour rebondir.

Les restrictions sur les rassemblements et la distanciation sociale placent notre centre dans une position avantageuse en ce qui concerne les espaces ouverts et les grands espaces ; cependant, les restrictions actuelles pendant la pandémie nous font également évaluer les profits et les pertes sur les petits groupes. Nous prévoyons que les dépenses en nourriture et en boissons en 2021 et 2022 seront affectées par les réceptions sociales, les protocoles de manipulation des aliments et les coûts associés à l'organisation d'événements conformes aux protocoles liés à la COVID-19, ce qui entraînera une diminution du nombre d'événements de réseautage social qui, historiquement, ont généré des revenus en nourriture et en boissons. Les événements de collecte de fonds seront organisés virtuellement, comme nous l'avons vu avec la collecte de fonds annuelle de l'Hôpital d'Ottawa pour la santé mentale. Le leadership n'a jamais été mis au défi comme il l'a été et le sera durant cette pandémie. L'optimisme pour l'avenir est aussi important que la capacité de gérer des ressources limitées, tant humaines que financières. Les collègues auront besoin d'être motivés et engagés d'une manière nouvelle pour nous tous, étant donné que l'interaction personnelle a été remplacée par la vidéoconférence.

Nous souhaitons remercier et reconnaître nos plus proches partenaires, Aramark Entertainment Services Canada Inc. et Encore. Notre vision établie des gens inspirés 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. Ces personnes sont l'élément vital de notre entreprise et, peu importe à quel point elles sont occupées, elles font en sorte que la magie opère chaque jour et aident le CCO à demeurer un endroit où il fait bon travailler ! 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, ainsi que de notre conseil d'administration, qui nous fournit une orientation stratégique alors que nous continuons à tirer parti de nos succès à l'aube de notre 11^e année d'activité.

RÉSULTATS 2020-2021

L'année 2020/2021 devait être l'année la plus fructueuse du centre, avec 49 conventions réparties sur tout le calendrier, avec des conférences d'associations internationales et nationales et de nombreuses conventions d'entreprises de haut niveau. En raison de la pandémie, nos recettes prévues de 19,1 millions de dollars chuteront de 95 % pour atteindre des recettes annuelles de 1,4 million de dollars.

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 du flux de trésorerie et des inconnues concernant la réouverture et le retour à la normale des affaires. Nous reconnaissons également que les réunions ne sont pas actuellement la priorité des associations et des entreprises dans un contexte de ralentissement financier sans précédent.

Le CCO fait partie intégrante de notre ville et, en tant qu'entreprise citoyenne, nous continuons à faire preuve de générosité et à soutenir nos efforts dans notre pays. Bien que le centre ait accueilli un nombre limité d'événements en 2020/2021, les dons alimentaires à la mission locale se sont poursuivis à un moment où ils étaient le plus nécessaires.

PERSPECTIVES POUR 2021-2022

Pour cet exercice, nous nous concentrons sur la gestion de crise en travaillant sur les reports, les réductions de personnel, les annulations et la reprise. Il est tout aussi important de maintenir l'engagement de nos précieux collègues pendant cette pandémie par une communication et des points de contact permanents.

L'assouplissement des frais d'annulation en échange d'un contrat définitif s'est avéré fructueux et, dans certains cas, a permis de conclure des contrats de plusieurs années. L'AMO (Association des municipalités de l'Ontario) en est un exemple. Cette association a annulé son contrat pour août 2020. Nous avons pu tirer parti de la renonciation à nos frais d'annulation pour signer le même programme pour 2024 et 2025 sans passer par un appel d'offres.

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 présente les opportunités de revenus, les projections financières et les plans stratégiques et tactiques de vente et de marketing du CCO pour l'année. Alors que l'année 2021 sera le reflet d'un défi sans précédent, il y a un certain optimisme car nous nous attendons à un vaccin et à ce que l'industrie du voyage commence à rebondir en 2022. Les experts du secteur prévoient qu'il faudra 2 à 3 ans pour que le secteur des réunions et expositions nationales rebondisse et 3 à 4 ans pour que les congrès internationaux reviennent à la période pré-pandémique.

Alors que nous entrons dans notre 11^{ème} année d'activité, 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 ait eu lieu en 2019/2020, les projets importants tels que le remplacement du tapis seront reportés aux années suivantes. 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 pandémie a également entraîné l'interruption de plusieurs vols internationaux à destination d'Ottawa, ce qui nous place dans une position moins favorable pour concurrencer d'autres villes de niveau 1 et 2. Bien que PensezOttawa soit actuellement en pause, nous continuons à travailler avec Tourisme Ottawa sur nos efforts internationaux, mais pas en personne, par le biais de salons ou de missions.

L'éloignement physique nécessitera une révision complète de la manière dont nous menons les réunions en toute sécurité. Les nouveaux plans d'étage et les tableaux de capacité diminueront 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 2021 -2022

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	Élevé 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.
Mesures d'atténuation	Continuer à faire de la santé et de la sécurité une priorité en restant conforme à toutes les législations, normes et lois gouvernementales. Fournir des formations de rappel pour la santé et la sécurité au travail, les interventions d'urgence et les incendies, la vie, la sécurité ainsi que toutes les procédures opérationnelles standard spécifiques au département. Réviser les processus chaque année et les mettre à jour en fonction des données actuelles et des nouvelles exigences. Développer et introduire un plan de reprise en cas de pandémie. Mettre en œuvre les processus et procédures liées à la Covid-19, notamment la formation spécifique Covid-19, les aides visuelles et la signalisation, les protocoles de suivi des contrats et les ajustements du flux et des capacités des bâtiments, le cas échéant. Continuer à suivre les recommandations du comité de santé et de sécurité et à y donner suite. Continuer à organiser des visites bimensuelles 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 un nouveau logiciel de caméra de sécurité de pointe installé en 2020 pour améliorer la protection.

Catégorie de risque : Opérationnel	
Accès limité aux blocs de chambres d'hôtel	
Description	Ottawa dispose d'une solide communauté hôtelière, ce qui se traduit par une disponibilité limitée pour les blocs de chambres réservés aux congrès jusqu'en 2021. Au cours de la pandémie, cette situation a considérablement changé. Plusieurs petits hôtels ont fermé leurs portes, réduisant le nombre total de chambres à Ottawa. 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	Moyen Le CCO prévoit que le niveau d'activité reprendra à l'automne 2021 et que la majorité de cette activité proviendra du marché local. Ce segment a peu de besoins en matière de chambres d'hôtes.
Mesures d'atténuation	Pas de stratégies d'atténuation immédiates requises

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 d'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	
La Pandémie	
Description	À l'échelle mondiale, une pandémie a été déclarée en mars 2020 et elle se poursuivra probablement jusqu'à la mi-2021, 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 trésorerie 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 2021/22:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revenu brut : 3,3 millions de dollars; • Retombées économiques : 12 millions de dollars; • Réserve à venir : 12,4 millions de dollars; • Perte nette d'exploitation : 4,53 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 2019-20	Prévisions révisées 2020-21	BUDGET 2021-22	PLAN 2022-23	PLAN 2023-24
Retombées économiques	150	0	12	62	118
Revenu brut	18,1	6,01	3,3	11,9	16,7
Revenu net d'exploitation	1,34	(161)	(4,53)	(1,95)	0,34
Réserve à venir	18,7	10	12,4	17,8	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 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 2019-20	Réel 2020-21	Prévision 2021-22	Plan 2022-23	Plan 2023-24
Taux d'occupation	47 %	0 %	11 %	38 %	45 %

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 ou plus.</p> <p>Grâce à l'approbation des investissements capitaux en 2019-2020, nous avons pu augmenter les stocks d'équipement et investir dans de nouveaux équipements afin de rester un établissement innovant et à la pointe de la technologie. Alors que nous entrons dans la période post-pandémique, où les fonds seront limités, nous nous sommes positionnés favorablement.</p> <p>En 2021-22, nos efforts consisteront désormais à faire en sorte que la pandémie n'affecte pas la confiance de nos clients qui organisent des événements dans nos installations ou celle de notre personnel qui y travaille.</p> <p>Un grand nombre de nos clients sont des clients annuels récurrents et, par conséquent, nous prévoyons une certaine lassitude de la part de nos clients en ce qui concerne les taux de réponse.</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 impromptues et en offrant un leadership sans compromis, une formation améliorée et un encadrement à tous les collègues du CCO. 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>En fonction de la pandémie, nos investissements passeront de la mise à niveau de nos équipements pour rester innovants à un investissement dans les technologies et les processus de sûreté et de sécurité. En 2021-2022, nous développerons et mettrons en œuvre de nouveaux protocoles et normes de sûreté et de sécurité Covid-19, et nous renforcerons la compréhension des occupants par une meilleure communication, une signalisation améliorée et une formation des collègues spécifique à la Covid-19. Cela sera nécessaire 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 pandémie afin de suivre l'expérience et le niveau de confiance des occupants pendant cette période sans précédent.</p> <p>En outre, en 2021-2022, nous lancerons 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 envoyés 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	Réel 2018-19	Réel 2019-20	Prévision révisée 2020-21	Budget 2021-22	Plan 2022-23
Taux de satisfaction	4,57	4,8	4,5	4,5	4,6
Taux de réponse	36 %	23 %	20 %	23 %	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.</p> <p>La plupart de nos employés ont connu une interruption de leur emploi en raison de la pandémie. Un soutien continu aux employés qui n'ont pas été rappelés sera important pour maintenir le lien et augmenter la probabilité qu'ils reviennent au travail à l'avenir. Dans le passé, nous aurions eu recours à une enquête auprès des collègues pour connaître le point de vue des employés, mais en raison des circonstances imprévues, cette enquête sera reportée à 2022. Il est estimé que seule une petite partie de nos collègues retournera au travail en 2021, par conséquent l'enquête serait disproportionnée par rapport à notre population d'employés.</p>			
Stratégies	<p>Dans l'intervalle, le centre concentrera ses efforts sur l'amélioration continue de ses protocoles et procédures de sécurité en réponse à la pandémie et aux directives de la santé publique. De plus, nous évaluons la valeur d'un intranet pour les employés qui sera accessible par le biais de notre site Web. Cela permettra à l'employé de disposer d'un emplacement virtuel bien en vue et facile d'accès. Compte tenu de l'évolution vers des lieux de travail et des environnements distants, cet accès sera source d'innovation et permettra à nos collègues de s'informer sur ce qui se passe au centre. Malgré le report de l'enquête auprès des collègues, l'équipe de direction s'engage à garantir un lieu de travail respectable et sain en tout temps et à encourager une politique de la porte ouverte.</p> <p>En 2022, les enquêtes auprès des collègues seront examinées par l'EHD, qui, avec les chefs de département, discutera des stratégies et du suivi. Des groupes de travail composés de collègues de divers départements sont formés dans le but de répondre à toutes les préoccupations et recommandations. La direction du CCO s'engage à fournir un leadership, une formation et un encadrement efficaces aux collègues.</p>			
Mesures de performance	L'enquête est menée sur une base bisannuelle. Nous devons mener notre prochaine enquête au printemps 2020-2021, mais nous l'avons reportée à 2022-2023 en raison des mises à pieds intervenus en mars 2020 à cause de la pandémie.			
Description	Réel 2018-19	Réel 2020-21	Budget 2022-2023	Plan 2024-25
Taux de satisfaction	6,8 / 10	Reporté	6 / 10	6,5 / 10

Objectif stratégique N° 5 : Responsabilité sociale & durabilité					
Objectif	<p>Le CCO reconnaît le rôle qu'il joue dans la vie et dans l'économie de sa collectivité et celui que cette collectivité joue dans le soutien et le renforcement de l'expérience de ses clients. Ce faisant, le CCO s'engage à agir de façon responsable et à maintenir une relation positive avec la collectivité.</p> <p>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> <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.</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. Nous nous procurerons des produits ayant le moins d'impact possible sur l'environnement.</p>				
Mesures de performance	<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.</p> <p>Des rapports relatifs au réacheminement des déchets sont produits et examinés chaque mois et les anomalies sont traitées immédiatement.</p>				
Description	Réal 2018-19	Réal 2019-20	Prévision révisée 2020-21	Budget 2021-22	Plan 2022-23
Réacheminement des déchets	59 %	55 %	20 %	40 %	55 %

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	13,252	1,732,000	7,258,340	10,156,446
Location des installations	4,830,877	762,149	768,500	2,922,810	4,241,192
Commissions	1,423,612	104,219	201,500	973,672	1,407,279
Publicité	628,144	470,483	494,000	565,425	743,170
Autres revenus	315,927	4,662,129	104,000	132,525	150,026
REVENU BRUT TOTAL	18,078,830	6,012,233	3,300,000	11,852,772	16,698,113
Croissance des revenus	0.90%	-66.74%	-37.26%	259.17%	40.88%
COÛT DES VENTES	7,894,859	9,938	1,299,000	5,442,257	7,510,495
REVENU NET	10,183,971	6,002,295	2,001,000	6,410,515	9,187,618
Croissance du revenu net	1.87%	-41.06%	-61.94%	220.37%	43.32%
POURCENTAGE REVENU NET	56.3%	99.9%	60.6%	54.1%	55.0%
DÉPENSES					
Installations	4,653,952	2,580,612	3,289,500	4,290,946	4,699,118
Services publics	1,003,037	451,632	733,500	1,021,800	1,037,127
Ventes & Marketing	1,455,337	645,324	893,000	1,398,188	1,426,152
Général & Administration	1,736,386	1,433,553	1,610,000	1,653,202	1,686,266
DÉPENSES TOTALES	8,848,712	5,111,121	6,526,000	8,364,136	8,848,663
Pourcentage du revenu brut	48.9%	85.01%	197.8%	70.6%	53.0%
EXCÉDENT D'EXPLOITATION	1,335,259	891,174	(4,525,000)	(1,953,621)	338,955
Pourcentage du revenu brut	7.39%	14.82%	-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)	(2,328,282)	(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	3,001,851	(2,446,843)	(4,911,969)	(5,798,550)
Comptes recevables	1,304,241	349,234		0	544,788
Dépenses payées d'avance	93,821	99,365	97,507	99,013	94,549
Total des actifs courants	6,839,865	3,450,450	(2,349,336)	(4,812,956)	(5,159,213)
Immobilisations corporelles	137,515,138	133,001,738	128,074,338	123,204,338	118,374,338
Total des actifs	\$ 144,355,003	\$ 136,452,188	\$ 125,725,002	\$ 118,391,382	\$ 113,215,125
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	11,957,986	4,918,906	517,490	(1,542,042)
Total passifs et actifs net	\$ 144,355,003	\$ 136,452,188	\$ 125,725,002	\$ 118,391,382	\$ 113,215,125
État de l'évolution de l'actif net					
Actif net - Début d'année	16,123,395	14,286,269	11,957,986	4,918,906	517,490
Excédent des dépenses sur les revenus de l'année	(1,837,126)	(2,328,282)	(7,039,080)	(4,401,416)	(2,059,532)
Actif net - Fin d'année	14,286,269	11,957,986	4,918,906	517,490	(1,542,042)

FLUX DE TRÉSORERIE

	Réel au 31 mars 2020	Prévision révisée au 31 mars 2021	Budget au 31 mars 2022	Plan startégique au 31 mars 2023	Plan startégique 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)	(2,328,282)	(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	(161,182)	(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)	(1,907,861)	(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)	(2,439,952)	(5,448,694)	(2,465,126)	(886,581)
Disponibilités au 1er avril	7,513,483	5,441,803	3,001,851	(2,446,843)	(4,911,969)
Disponibilités au 31 mars	5,441,803	3,001,851	(2,446,843)	(4,911,969)	(5,798,550)

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 d'un an en raison de la pandémie. Les négociations commenceront maintenant pour cette section locale le 30 septembre 2021. La section locale 8327 représente le personnel de service et relève du fournisseur de services d'installations, Aramark Entertainment Services Inc.

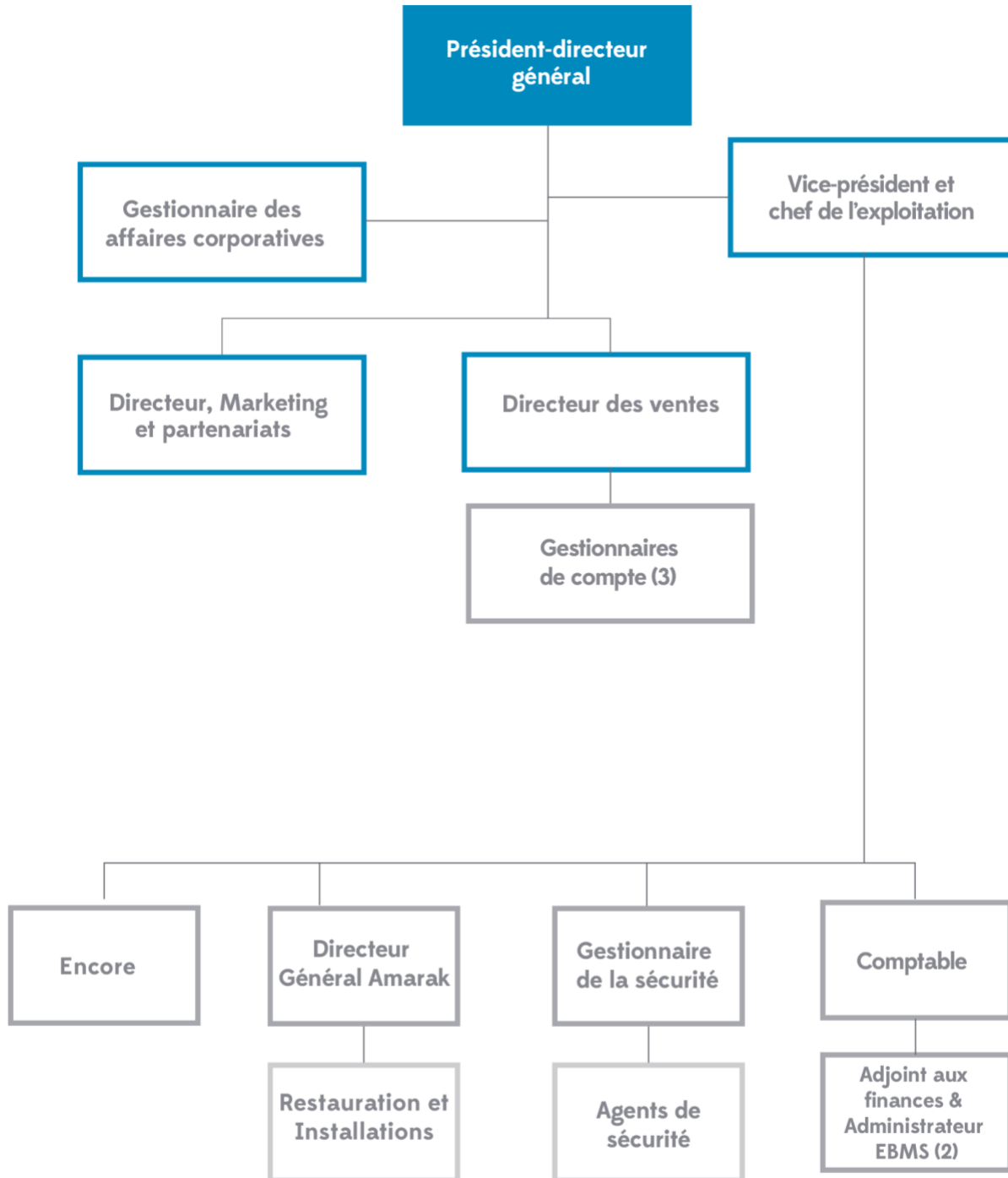
La section locale 5297 représente le personnel de sécurité et relève du CCO. La convention collective de la section locale 5297 a expiré le 30 septembre 2019 et a été ratifiée le 2 novembre 2020 pour une période de trois ans se terminant en septembre 2022.

Voici un aperçu actuel du personnel en date de novembre 2020. En raison de la pandémie mondiale, 6 postes de gestion non syndiqués à temps plein ont été supprimés et 7 ont été supprimés au sein de l'équipe Aramark. Six autres postes de gestion non syndiqués du CCO ont été supprimés. Le tableau ci-dessous a été mis à jour pour refléter ces changements.

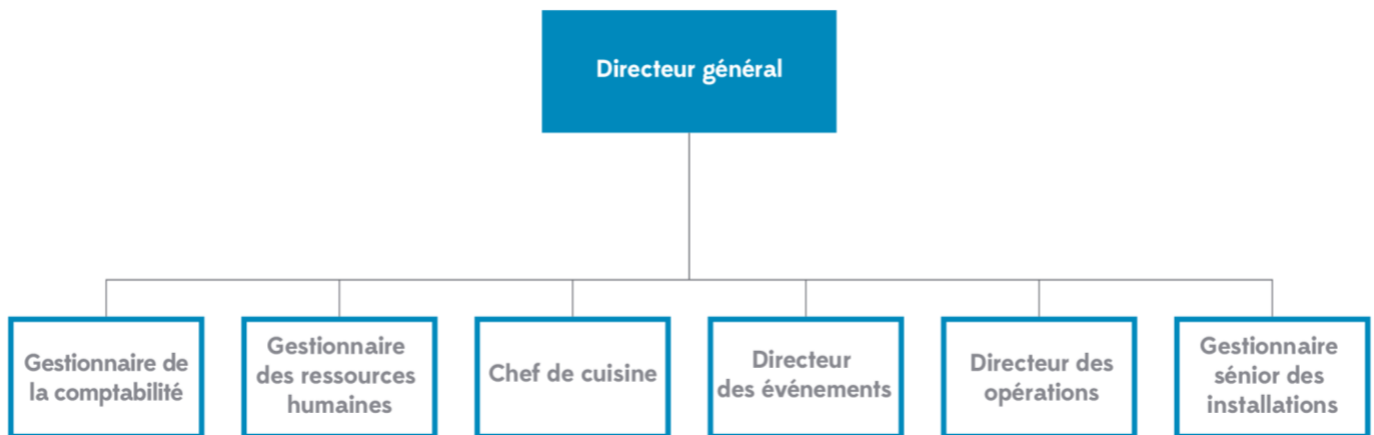
CLASSIFICATION	CCO	ARAMARK	TOTAL
Temps plein syndiqués	8	65	73
Temps partiel syndiqués	0	104	104
Occasionnels syndiqués	8	82	90
<i>Sous-total employés syndiqués</i>	16 (Local 5297)	251 (Local 8327)	267
Temps plein non syndiqués	12	16	28
Temps partiel non syndiqués	0	3	3
<i>Sous-total employés non syndiqués</i>	12	19	31
TOTAL	28	270	298

Note : Dans ce tableau, 11 employés non syndiqués d'Aramark, 2 employés non syndiqués du CCO et 246 employés syndiqués (section locale 8327) sont 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 inférieur à 20 % et des annonces de fermetures d'hôtels, 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 2021.

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 seront limitées en 2021 à des points de contact permanents, à des appels verbaux et à des appels Zoom. L'industrie des réunions est passée des salons professionnels aux événements virtuels et hybrides. Les efforts internationaux seront intégrés au mandat de notre directeur principal des comptes responsable du secteur des entreprises nationales. ThinkOttawa a été mis en veilleuse jusqu'à la fin de 2021 ou potentiellement 2022.

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

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.

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 OCC 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, OCC 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 fournit également une série de plates-formes virtuelles et hybrides. Que ce soit en raison des restrictions de voyage à l'échelle mondiale ou de circonstances personnelles, Encore peut aider l'évènement à se poursuivre même si un présentateur clé ou certains des participants ne peuvent pas être présents en personne. Chime Live, Content1 sont des solutions qui aident tout le monde à rester connecté sans perdre l'engagement et l'interaction du public. En fait, les événements virtuels et hybrides offrent de nombreux avantages, notamment des possibilités de parrainage et une capacité accrue d'engagement du public.

En raison de la pandémie de COVID-19, Encore a réduit son équipe au CCO. D'autres réductions pourraient être imminentes, mais elles sont actuellement incertaines en raison de 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. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION

Nous poursuivons les initiatives des années précédentes, mais en s'adaptant au climat actuel, notre principal objectif de marketing et de communication sera de maintenir la notoriété de la marque sur le marché en mettant en avant les caractéristiques distinctives de nos installations, l'excellence de notre personnel et les avantages pour nos segments de marché.

Nous le faisons tout en continuant à communiquer avec les clients existants, en répondant à leurs demandes, en anticipant/répondant à leurs besoins et en les engageant à des fins de rétention. Tout au long de l'année, nous serons conscients que nos secteurs d'activité cibles devront peut-être être adaptés à de nouveaux secteurs potentiels, car la dernière crise sanitaire a laissé certains secteurs plus forts que d'autres et ceux qui n'avaient pas besoin de nos services auparavant peuvent maintenant en avoir besoin. Tout le marketing et la communication seront développés en gardant à l'esprit le climat actuel de santé et de sécurité et en communiquant uniquement lorsque cela est approprié.