

OTTAWA
CONVENTION
CENTRE



CENTRE
DES CONGRÈS
D'OTTAWA

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

SOCIÉTÉ DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

PLAN D'AFFAIRES ANNUEL 2025 / 2026

TABLE DES MATIÈRES

1. MANDAT ET VISION	5
2. APERÇU DE L'ACTIVITÉ	7
3. PRIORITÉS ET MESURE DE LA PERFORMANCE.....	10
4. STRATÉGIES D'ÉVALUATION DES RISQUES.....	14
5. OBJECTIFS ET INDICATEURS ANNUELS.....	16
6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE	20
7. RESSOURCES HUMAINES	23
8. INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS	26
9. APERÇU DE LA STRATÉGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION.....	30

LISTE DES ABRÉVIATIONS

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

ABRÉVIATION	DÉFINITION ORIGINALE EN ANGLAIS	DÉFINITION EN FRANÇAIS
AIPC	International Association of Convention Centres	Association internationale des centres de congrès
APEX	Achieving Professional Excellence	Atteindre l'excellence professionnelle
ATM	At The Moment	À l'heure actuelle
AV	Audio Visual	Audio-visuel
B2B	Business to Business	Commerce interentreprises
CanSPEP	Canadian Society of Professional Event Planners	Société canadienne de planificateurs professionnels d'événements
CDF	Convention Development Fund	Fonds de développement des congrès
CEO - PDG	Chief Executive Officer	Président directeur général
CSAE	Canadian Society of Association Executives	Société canadienne des directeurs d'association
CSR - RSE	Corporate Social Responsibility	Responsabilité sociale des entreprises
CTA	Call to Action	Appel à l'action
DEI	Diversity, Equity and Inclusion	Diversité, équité et inclusion
DMO - OMD	Destination Marketing Organization	Organisation de marketing de destination
F&B	Food and Beverage	Restauration
HR - RH	Human Resources	Ressources humaines
HRIS - SIRH	Human Resources Information System	Système d'information sur les ressources humaines
HVAC - CVC	Heating, Ventilation and Air Conditioning	Chauffage, ventilation et climatisation
IAVM	International Association of Venue Managers	Association internationale des gestionnaires de site
ICCA	International Congress and Convention Association	Association internationale des congrès et des conventions
ICT - TIC	Information, Communication and Technology	Technologies de l'information et de la communication
IMEX	Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events	Salon mondial IMEX pour les voyages de motivation, les réunions et les événements
IT - TI	Information Technology	Technologie de l'information
ITAC - ATC	Indigenouse Tourism Association of Canada	Association touristique autochtone du Canada

ITDF - FDTA	Indigenouse Tourism Development Fund	Fonds pour les destinations touristiques autochtones
LEED	Leadership in Energy and Environmental Design	Leadership en matière d'énergie et de conception environnementale
MAT	Municipal Accommodation Tax	Taxe municipale d'hébergement
MICE	Meeting, Incentive, Convention, Events	Réunion, Incentive, Convention, Événements
MOU - PE	Memorandum of Understanding	Protocole d'accord
MPI	Meeting Professionals International	Association internationale des professionnels de la réunion
MWL	MyWorkLife	Ma vie au travail
OBT	Ottawa Board of Trade	Chambre de commerce d'Ottawa
OCC - CCO	Ottawa Convention Centre	Centre des congrès d'Ottawa
ORCA	Organic Refuse Conversion Alternative	Alternative à la conversion des déchets organiques
PCMA	Professional Conference Managers Association	Association professionnelle des organisateurs de conférences
PCO	Professional Conference Organizers	Organisateur professionnel de conférences
ROI	Return On Investment	
SME	Small and Medium-sized Enterprise	
SMERF	Social, Military, Education, Religious and Fraternal	Groupes sociaux, militaires, éducatifs, religieux et fraternels
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats	Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces
TBD	To be Determined	A déterminer
TD	Toronto Dominion	
TIAC - AITC	Tourism Industry Association of Canada	Association de l'Industrie Touristique du Canada
UK	United Kingdom	Royaume-Uni
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
UPS	Uninterrupted Power Supply	Alimentation électrique ininterrompue
US - ÉU	United States	États-Unis

1. MANDAT ET VISION

VISION

Une équipe inspirée qui organise des événements exceptionnels.

Notre vision s'appuie sur les piliers suivants :

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

BUT FONDAMENTAL

Nous sommes le lieu de rencontre du Canada.

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

MANDAT ÉCONOMIQUE

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

DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

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

VALEURS PARTAGÉES

- Collaboration
- Communauté
- Inclusion
- Innovation
- Transparence

AUTORITÉ LÉGISLATIVE ET MANDAT

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

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

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

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

2. APERÇU DE L'ACTIVITÉ

Alors que nous quittons l'année 2024/25, nous sommes fiers d'avoir continué à organiser et à mener à bien des événements couronnés de succès. Si nous nous tournons vers l'avenir, et après consultation avec nos partenaires hôteliers et Ottawa Tourisme, le marché anticipe un ralentissement qui aura également une incidence sur le niveau d'activité du CCO. Avec l'arrivée au pouvoir d'un nouveau président aux États-Unis en janvier 2025, on ne sait pas encore si cela aura une incidence sur le secteur des congrès, ni laquelle. Nous continuerons de suivre de près l'AITC et d'autres groupes de défense de l'industrie afin de comprendre les tendances chez nos partenaires commerciaux les plus proches.

Notre changement de nom pour devenir le Centre Rogers Ottawa et notre accord à long terme avec Rogers pour les droits de dénomination du bâtiment nous fourniront une base de revenus sur laquelle nous pourrions nous appuyer pour croître au cours des dix prochaines années. Une marque reconnue à l'échelle nationale et internationale est avantageuse alors que nous continuons à développer des marchés à l'extérieur de nos frontières.

Nous sommes impatients de travailler avec le ministre Cho et son équipe et apprécions les conseils que le ministère a fournis à l'équipe du CCO alors que nous continuons à développer nos activités à l'international et dans des secteurs émergents tels que la communauté autochtone. Le CCO continuera à se concentrer sur ses principaux atouts, à savoir offrir une expérience client exceptionnelle à ses visiteurs, ce qui lui a valu le titre de meilleur centre de congrès au monde en 2020.

Nous tenons également à exprimer notre gratitude envers nos partenaires les plus proches, Aramark Entertainment Services Canada Inc. et Encore Canada. Ensemble, nous avons surmonté de nombreux obstacles alors que les événements d'affaires reviennent au centre avec de nouvelles opportunités d'adopter des pratiques durables, de résoudre les problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement et de répondre aux attentes accrues des organisateurs d'événements qui souhaitent acheter local. Nous tenons à saluer l'engagement continu de nos collègues en matière de service à la clientèle et d'excellence, et nous remercions nos clients d'avoir répondu à nos sondages électroniques, qui fournissent des données essentielles à la prise de décision et à l'amélioration de la satisfaction de la clientèle. Nos collègues sont le moteur de notre entreprise. Peu importe leur charge de travail, ils continuent de faire des merveilles chaque jour ! Comme en témoignent notre énoncé de mission et nos activités quotidiennes, nous bénéficions d'un environnement de travail inclusif et diversifié, et nous célébrons nos succès ensemble.

Les initiatives détaillées dans ce plan d'affaires refléteront toutes les activités, y compris les partenariats stratégiques et les commandites. Nous reconnaissons notre responsabilité envers le ministère et notre conseil d'administration. Nous remercions notre conseil d'administration de nous fournir des conseils stratégiques, une supervision et la possibilité de voir plus grand et avec plus d'audace alors que nous continuons à bâtir sur notre succès.

RÉSULTATS 2024/2025

Nous avons accueilli 42 congrès en 2024/2025, ce qui correspond à la normale. Cependant, par rapport aux mois de juillet et août de l'année précédente, où le centre avait accueilli de nombreux congrès internationaux, le taux d'occupation est resté faible cet été. L'automne de cet exercice financier verra se tenir 17 conférences nationales, d'entreprises et internationales. Les réunions sociales sont également au même niveau que l'année précédente, mais nous constatons une baisse des dépenses en restauration et en boissons, ainsi que dans les bars.

Nous sommes fiers de continuer à obtenir des notes supérieures en matière de service à la clientèle, avec une satisfaction globale de 4,8 à 4,9.

VÉRIFICATION DE L'OPTIMISATION DES RESSOURCES 2023

En 2023, une vérification de l'optimisation des ressources (*Value for Money audit*) a été réalisée avec deux résultats clés pour le CCO :

- identifier des occasions de ventes et de marketing en collaboration avec Tourisme Ottawa ;
- travailler avec la Ville et Tourisme Ottawa sur la revitalisation du Marché By.

Ces deux volets sont en cours, le président-directeur général siégeant activement au conseil d'administration de Tourisme Ottawa ainsi qu'à celui de la ByWard Market District Authority.

La recommandation no 9 de la vérification de l'optimisation des ressources s'adresse au Ministère et propose ce qui suit :

Afin de soutenir la capacité du Centre des congrès d'Ottawa (OCC) à attirer des événements et à générer des retombées économiques pour la province, nous recommandons que le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (le Ministère) :

- examine les pratiques d'autres juridictions qui soutiennent l'attraction de nouvelles liaisons aériennes directes, comme au Manitoba, en Nouvelle-Écosse, en Saskatchewan et en Ohio ;
- collabore avec le CCO pour évaluer ses futures réservations et les occasions d'accueillir des congrès de plus grande envergure ;
- réalise une analyse coûts-avantages pour déterminer dans quelles juridictions un service aérien serait bénéfique afin d'attirer davantage d'événements au CCO ;
- élabore et met en œuvre un plan stratégique pour donner suite aux constats de l'analyse coûts-avantages.

PERSPECTIVES POUR 2025/2026

Nous continuons à avoir un solide pipeline, mais nous reconnaissons également qu'il pourrait y avoir une certaine vulnérabilité en raison d'une élection possible dans notre pays au cours des 12 prochains mois. Nous continuons à utiliser des ressources telles que les Centres de congrès du Canada et notre comité consultatif de la clientèle pour nous assurer que les tendances que nous observons ne sont pas propres au CCO, mais reflètent plutôt la réalité du secteur, alors que les coûts des produits agricoles et des protéines continuent de grimper dans tout le pays et dans le monde entier. Nous travaillerons en collaboration avec Ottawa Tourisme et nos partenaires hôteliers pour attirer et rester compétitifs afin d'assurer la croissance de notre part de marché dans le secteur des conférences nationales et internationales.

Au printemps 2025, nous accueillerons une augmentation des vols directs avec le Royaume-Uni grâce à Air Canada. Cela renforcera considérablement la valeur de notre offre lorsque nous serons en concurrence avec d'autres villes canadiennes pour accueillir des conférences internationales.

Notre communauté de parties prenantes, qui comprend Tourisme Ottawa et l'Association des hôtels d'Ottawa-Gatineau, a fait part de ses préoccupations concernant 2025-2026. Les coûts élevés du carburant, qui entraînent une forte augmentation des tarifs aériens, ainsi que la hausse des coûts des aliments et des boissons, se traduisent par une diminution du nombre de délégués et un raccourcissement des programmes. Cela a une incidence directe sur le taux d'occupation des hôtels, ce qui affecte également les revenus de Tourisme Ottawa. Dans des marchés hautement concurrentiels, il est essentiel de maintenir notre élan marketing sur nos marchés clés. L'élection présidentielle américaine pourrait également entraîner une baisse du nombre d'entreprises américaines venant au Canada ; toutefois, il est encore trop tôt pour prédire l'effet de cette élection sur le Canada.

OBSERVATIONS GÉNÉRALES

Nous évaluons en permanence notre politique de réservation en ce qui concerne les entreprises locales et estimons que notre politique actuelle consistant à réserver les entreprises locales dans un délai de 12 mois reste prudente.

Le Programme d'Attraction de Congrès Internationaux (PACI), par l'intermédiaire de Destination Canada, soutient les candidatures des villes canadiennes qui souhaitent accueillir de grands congrès internationaux au Canada. Le PACI est financé par le gouvernement fédéral et administré par Destination Canada. Ce fonds a été bien accueilli en 2024/2025, et nous l'utiliserons, à condition de remplir tous les critères d'éligibilité, en tant que destination en 2025/2026. Il est important de noter que ce fonds est ouvert à toutes les destinations au Canada.

3. PRIORITÉS ET MESURE DE LA PERFORMANCE

INNOVATION

Le service à la clientèle est un élément essentiel à la réussite d'une entreprise. Notre objectif est de maintenir un taux de satisfaction client de 4,5 et de rester fidèles à notre vision : « Une équipe inspirée qui organise des événements exceptionnels ». Les équipes qui se fixent des normes élevées verront leur productivité augmenter, leurs performances s'améliorer, leur culture organisationnelle se renforcer et, par conséquent, la fidélité de leurs clients s'accroître.

Partenaire de longue date du CCO, Encore fournit une série de plateformes virtuelles et hybrides pour les événements clients. Indépendamment des restrictions mondiales en matière de déplacements ou des circonstances personnelles, Encore peut aider à la poursuite des événements même si un présentateur important ou certains participants ne peuvent pas être présents en personne. Chime Live, Content1 et Cvent Attendee Hub sont des solutions qui permettent à tout le monde de rester connecté sans perdre l'engagement et l'interaction du public. Les événements virtuels et hybrides offrent de nombreux avantages, notamment des opportunités de parrainage et une capacité accrue d'engagement du public. Compte tenu de la forte demande en matière de connectivité Internet liée aux événements virtuels et hybrides, Encore, avec l'accord du CCO, a récemment mis à niveau le service de télécommunication de base, passant de 500 Mbps à un service de 1 Gigabit avec une redondance de 1 Gigabit.

Nous veillerons à respecter un niveau de service exceptionnel à toutes les étapes du cycle de vente et de service en créant et en impliquant des groupes de discussion avec les clients, en effectuant des inspections et des audits improvisés et en faisant preuve d'un leadership sans compromis. Nous continuerons à développer une culture du service à la clientèle grâce à des campagnes visant à offrir un service exceptionnel grâce à l'engagement des employés. Nous alignerons le développement sur les objectifs de l'entreprise et offrirons des possibilités d'apprentissage. Nous resterons en contact avec nos clients grâce à des initiatives marketing et des points de contact, continuerons à innover, à développer les technologies et à offrir une expérience sans faille. Des stratégies seront mises en place pour améliorer le taux de réponse et recueillir tous les commentaires.

Mesures de la performance :

- Note globale de satisfaction client de 4,5/5
- Organisation de séances trimestrielles avec Encore et le CCO pour examiner les commentaires des clients concernant la technologie
- Reconnaissance du personnel dans le cadre du programme Encore Encore d'Aramark
- Événements trimestriels de reconnaissance du personnel pour célébrer les performances élevées
- Encouragement du personnel à proposer des idées novatrices
- Introduction de matériel souple dans l'ensemble du centre afin de favoriser les séances de brainstorming et les réunions improvisées dans une atmosphère propice à l'innovation

DURABILITÉ

Nous continuons d'optimiser la capacité organisationnelle en utilisant des ressources telles que les Centres de congrès du Canada et notre comité consultatif de la clientèle afin de nous assurer que les tendances que nous observons ne sont pas propres au CCO, mais reflètent plutôt la réalité du secteur, alors que les coûts des produits agricoles et des protéines continuent de grimper à travers le pays et le monde. Nous travaillerons en collaboration avec Tourisme Ottawa et nos partenaires hôteliers afin d'attirer et de rester compétitifs, et ainsi assurer la croissance de notre part de marché dans le secteur des congrès nationaux et internationaux.

Le CCO gèrera les objectifs financiers conformément au budget approuvé par le conseil d'administration. Notre stratégie est axée sur la génération de revenus. Le CCO se concentrera sur les contrats pluriannuels avec les clients et continuera de travailler en étroite collaboration avec Tourisme Ottawa afin de promouvoir Ottawa comme une destination de choix pour les événements internationaux. Le CCO explore également d'autres possibilités de revenus supplémentaires et accessoires grâce à des partenariats marketing et des accords publicitaires pluriannuels, en entretenant les relations actuelles et en développant de nouvelles relations. Les équipes du marketing et des partenariats et des ventes collaborent en permanence afin de créer des expériences à valeur ajoutée pour les clients et les partenaires.

Les recettes publicitaires proviennent des possibilités de publicité et de parrainage au sein de notre établissement. À mesure que les activités reprennent au Centre, les possibilités qu'il offre redeviendront commercialisables. Les recettes provenant des commissions proviennent de nos fournisseurs exclusifs et officiels pour les services fournis aux clients du CCO. Il s'agit notamment des services audiovisuels, de traduction, d'électricité, de production et de Wi-Fi. Les entrepreneurs sont responsables de tous les aspects des services susmentionnés.

Le CCO dispose d'un effectif diversifié et solide composé d'employés syndiqués et non syndiqués, géré à la fois par le CCO et Aramark. Le nombre d'employés est resté stable au cours des dernières années, avec un taux de rotation minimal et aucune augmentation significative de la taille de l'effectif. En tant qu'entreprise événementielle, le CCO prévoit ses besoins en main-d'œuvre afin de servir ses clients et de s'assurer qu'il dispose du personnel commercial et marketing approprié pour atteindre ses prévisions de revenus futurs.

Mesures de la performance :

- Le CCO suivra les progrès réalisés à l'aide des états financiers et des rapports internes examinés chaque mois avec la haute direction et chaque trimestre avec le conseil d'administration et le comité des finances et de vérification du CCO.
- Respecter notre obligation annuelle d'un million de dollars envers l'Office ontarien de financement.
- Réaliser chaque année une enquête sur l'engagement des employés auprès de notre équipe non syndiquée afin de garantir que le CCO reste un lieu de travail enviable.
- Aligner les postes et les ressources afin d'atteindre nos objectifs financiers et notre croissance dans les segments de marché.

- Assurer l'entretien continu et annuel du centre afin de garantir la position du CCO en tant que meilleur centre de congrès au monde.
- Obtenir des revenus supplémentaires grâce aux ventes publicitaires sur place ainsi qu'aux revenus publicitaires numériques provenant des événements organisés sur place.
- Réaliser des enquêtes sur l'engagement des employés à la fin de chaque année afin de mesurer leur niveau de satisfaction et les performances de la direction.

RESPONSABILITÉ

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

Le CCO se conforme entièrement à toutes les exigences en matière de rapports, directives et engagements du gouvernement de l'Ontario en matière de transparence gouvernementale.

Le CCO est dirigé par un conseil d'administration composé de douze membres, dont neuf sont nommés par la province et trois par les municipalités. Le protocole d'entente entre le CCO et le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport définit le cadre de responsabilité et de gouvernance.

La haute direction a défini des stratégies et des mesures de rendement pour atteindre les objectifs du CCO. Elle se réunit chaque semaine avec Aramark pour examiner les objectifs financiers et de rendement, ainsi que la satisfaction des clients et les mises à jour en matière de ressources humaines. Des indicateurs clés de performance ont été mis en place et font l'objet de rapports lors de chaque réunion du conseil d'administration, dans un souci de transparence. En outre, le CCO fait l'objet d'un audit financier annuel, à l'issue duquel le conseil d'administration tient une séance à huis clos avec notre auditeur.

Le CCO dispose d'une matrice solide pour l'identification des risques et les stratégies d'atténuation, détaillée dans son plan d'affaires récemment soumis. Le CCO se conforme également aux directives de gestion des risques d'entreprise de l'OPS et aux exigences de rapport trimestriel du ministère de la Culture, du Tourisme et des Sports, qui comprennent une évaluation actualisée des risques. Notre « carte thermique » des risques est révisée chaque trimestre afin d'atténuer et d'évaluer les risques identifiés par la direction du CCO.

Nos fournisseurs informatiques effectuent des sauvegardes quotidiennes sur site, hebdomadaires dans le cloud et mensuelles hors site. Les sauvegardes hors site dans le cloud réduisent les risques en cas d'événement structurel et contribuent à protéger contre les virus et les ransomwares. CrowdStrike/Falcon Complete a été mis en œuvre sur tous les systèmes afin de protéger contre les virus et les ransomwares. Ce service comprend également une surveillance par le fabricant afin de signaler toute activité suspecte et d'intervenir rapidement en cas de compromission d'un serveur. Les employés ont suivi une formation en ligne sur la sécurité et sont régulièrement soumis à des simulations de tentatives de phishing afin de tester leurs connaissances et de garantir leur conformité.

Nos collègues sont le moteur de notre entreprise. Peu importe leur charge de travail, ils continuent de faire des merveilles chaque jour ! Comme en témoignent notre énoncé de mission et nos activités quotidiennes, nous bénéficions d'un environnement de travail inclusif et diversifié, et nous célébrons nos succès ensemble. Au CCO, nous visons à favoriser un environnement où tous les membres de l'équipe peuvent être eux-mêmes et s'épanouir dans une culture qui respecte leurs idées, leurs croyances et leur identité. Notre lieu de travail encourage le partage d'expériences et de points de vue de la part de tous les employés, ce qui offre davantage d'opportunités d'avancement, de réflexion créative, de résolution de problèmes et d'engagement significatif.

Mesures de la performance :

- Indicateurs clés de performance communiquée au conseil d'administration du CCO lors de chaque réunion du conseil.
- Enquêtes auprès des clients visant à obtenir une note de 4,5/5 pour la satisfaction globale.
- Mise à jour et rapport sur la carte des risques du CCO, accompagnés de plans d'atténuation des risques.
- Plans commerciaux et stratégiques du CCO visant à souligner l'importance et l'engagement en faveur de la diversité, de l'équité et de l'inclusion.
- Établissement de partenariats avec des tiers tels que Whimble Personal Care Services et Assign, Interpreting Services.
- Partenariat avec Encore IT pour assurer la protection des données.
- Plan et tactiques de vente et de marketing pour s'aligner et collaborer avec Tourisme Ottawa.
- Obtenir des contrats de congrès pluriannuels grâce à des incitatifs tels que des garanties de plafonnement des augmentations tarifaires.
- Le CCO jouera un rôle actif dans la revitalisation du marché By.
- Travailler avec l'OGHA (Ottawa Gatineau Hotel Association) et Tourisme Ottawa pour attirer davantage de conférences et d'événements nationaux et internationaux à Ottawa.

4. STRATÉGIES D'ÉVALUATION DES RISQUES

URGENCES ET CRISES

Catégorie de risque : Opérations/localisation

Description : Le CCO dispose d'un plan d'urgence complet qu'il partage avec ses clients. La force d'un centre de congrès a toujours été et continue d'être la sécurité et la sûreté de ses installations, de son contenu et, surtout, de ses invités et de son personnel. Nos clients, nos visiteurs et nos collègues attendent de nous que nous leur offrons un environnement sûr et sécurisé. Il incombe au Centre de communiquer notre plan à nos clients et à nos collègues et de se préparer en permanence aux situations d'urgence. À cet effet, nous avons mis en place des procédures permettant de reprendre nos activités le plus rapidement possible en cas d'urgence.

Impact et portée : MODÉRÉS

Il est impossible de prédire une situation d'urgence ou son intensité ; cependant, il est essentiel de planifier et de se préparer à gérer un problème afin de minimiser la menace et de développer les compétences de leadership nécessaires pour prendre le contrôle de la situation et assurer la continuité des activités.

Mesure d'atténuation : Nous améliorons continuellement notre planification en matière de préparation aux situations d'urgence en révisant et en mettant à jour nos informations, nos procédures et nos formations. Nous révisons et mettons également à jour en permanence nos technologies et nos équipements afin de faciliter notre intervention dans diverses situations d'urgence. Nous dispensons une formation aux responsables d'étage afin de garantir que chacun dispose des connaissances et de la confiance nécessaires pour réagir efficacement à toutes les situations d'urgence. Nous procédons à des évaluations régulières des risques liés à nos installations et à nos pratiques afin de minimiser l'impact d'une situation d'urgence et d'y répondre efficacement. Nous poursuivons également nos efforts de collaboration avec les installations voisines (Westin Ottawa, Rideau Centre et TD Place at Lansdown) afin de nous entraider en cas d'urgence. Dans la mesure du possible, notre équipe participera aux formations offertes par la division de gestion des urgences de la ville d'Ottawa et d'autres organisations externes.

CYBER-RISQUE

Catégorie de risque : Sécurité

Description : Le cyber-risque désigne tout risque de perte financière, de perturbation ou d'atteinte à la réputation d'une organisation résultant d'une défaillance de ses systèmes technologiques. Les cybermenaces les plus courantes auxquelles nous sommes actuellement confrontés sont les spams, le phishing et l'usurpation d'identité. Le pirate informatique se fait passer pour un responsable afin d'obtenir des fonds par virement bancaire, infecte les systèmes à l'aide d'un virus via du contenu téléchargeable ou demande des informations sur les comptes.

Priorité stratégique associée : Service client exceptionnel ; Durabilité - Financière

Impact et portée : MODÉRÉ

Mesures d'atténuation : nos fournisseurs informatiques effectuent des sauvegardes quotidiennes sur site, hebdomadaires dans le cloud et mensuelles hors site. Les sauvegardes hors site dans le cloud réduisent les risques en cas d'événement structurel et contribuent à protéger contre les virus et les ransomwares. CrowdStrike/Falcon Complete a été mis en œuvre sur tous les systèmes afin de protéger contre les virus et les ransomwares. Ce service comprend également une surveillance par le fabricant afin de signaler toute activité suspecte et d'intervenir rapidement en cas de compromission d'un serveur. Les employés ont suivi une formation en ligne sur la sécurité et sont régulièrement soumis à des simulations de tentatives de phishing afin de tester leurs connaissances et de garantir leur conformité.

SÉCURITÉ PERÇUE DE LA DESTINATION

Catégorie de risque : Sécurité

Description : Bien qu'Ottawa se soit toujours positionnée comme une ville sûre et propice à la marche, l'augmentation du nombre de sans-abri à Ottawa a suscité des inquiétudes chez certains visiteurs, ce qui a eu une incidence sur leur perception de la sécurité alors que la ville est confrontée à des défis liés aux services d'hébergement et de soutien.

Priorité stratégique associée: Impact économique ; service à la clientèle exceptionnel

Impact et portée : MODÉRÉ

La sécurité et l'accessibilité piétonne du centre-ville d'Ottawa sont remises en question, ce qui a une incidence sur l'un des principaux avantages concurrentiels de la ville par rapport à d'autres destinations canadiennes.

Mesures d'atténuation : La Présidente-Directeur Général siège actuellement au conseil d'administration de la Byward Market District Authority afin d'élaborer des solutions à nos défis actuels, dans le but ultime de trouver des logements et des ressources adaptés à ses citoyens et de rétablir la confiance des consommateurs dans la sécurité des délégués dans la ville.

5. OBJECTIFS ET INDICATEURS ANNUELS

Le CCO se concentrera sur les objectifs suivants pour l'année à venir. L'équipe de direction a défini des stratégies et des mesures de performance pour atteindre ces objectifs. La direction se réunit chaque semaine avec Aramark pour examiner les objectifs financiers et de performance, ainsi que la satisfaction des clients et les dernières informations en matière de ressources humaines.

OBJECTIF N° 1 : FINANCIER

L'impératif financier à long terme pour le CCO est de générer des revenus afin de dégager un excédent et de maintenir des flux de trésorerie suffisants pour répondre aux besoins tout au long du cycle de vie.

Le mandat du CCO consiste à générer des retombées économiques pour la ville d'Ottawa et la province de l'Ontario.

Le CCO générera les résultats financiers suivants en 2025/26 :

- Revenu brut de 21 millions de dollars
- Impact économique de 120 millions de dollars
- Objectif de réservation à venir de 21 millions de dollars
- Excédent net d'exploitation de 1 million de dollars

Mesures de performance : Le CCO suivra les progrès réalisés à l'aide des états financiers et des rapports internes examinés chaque mois avec la haute direction et chaque trimestre avec le conseil d'administration et le comité des finances et de l'audit du CCO.

Description (en millions de \$)	Réel 2023 24	Prévisions 2025 25	Budget 2025 26	Plan 2026 27	Plan 2027 28
Retombées économiques	110	110	120	125	130
Revenu brut	23.7	20	21	22	23
Revenu net d'exploitation	3,5	1,8	1	1,2	1,6
Réservation à venir	17	17	21	22	22

OBJECTIF N° 2 : TAUX D'OCCUPATION

Le taux d'occupation est calculé en fonction du nombre de mètres carrés vendus par rapport au nombre de mètres carrés disponibles au cours d'une année donnée. Aucune provision n'a été faite pour les jours fériés ou les périodes creuses entre les événements. Dans des circonstances normales, le taux d'occupation complet du CCO serait d'environ 70 %.

Mesures de performance : Le taux d'occupation est suivi pour chaque événement, puis résumé et communiqué chaque trimestre.

Description	Réel 2023 24	Prévision 2025 25	Budget 2025 26	Plan 2026 27	Plan 2027 28
Taux d'occupation	35 %	43 %	43 %	45 %	47 %

OBJECTIF N° 3 : SERVICE À LA CLIENTÈLE

Le service à la clientèle est un élément essentiel à la réussite d'une entreprise. Notre objectif est de maintenir un taux de satisfaction client de 4,5 et de rester fidèles à notre vision : « Une équipe inspirée qui organise des événements exceptionnels ». Les équipes qui se fixent des normes élevées verront leur productivité augmenter, leurs performances s'améliorer, leur culture organisationnelle se renforcer et, par conséquent, la fidélité de leurs clients s'accroître.

Stratégies : Nous veillerons à respecter un niveau de service exceptionnel à toutes les étapes du cycle de vente et de service en créant et en impliquant des groupes de discussion avec les clients, en effectuant des inspections et des audits improvisés et en faisant preuve d'un leadership sans compromis. Nous continuerons à développer une culture du service à la clientèle grâce à des campagnes visant à offrir un service exceptionnel grâce à l'engagement des employés. Nous alignerons le développement sur les objectifs de l'entreprise et offrirons des possibilités d'apprentissage. Nous resterons en contact avec nos clients grâce à des initiatives marketing et des points de contact, continuerons à innover, à développer les technologies et à offrir une expérience fluide. Des stratégies seront mises en place pour améliorer le taux de réponse et recueillir tous les commentaires.

Mesures de performance : Des sondages électroniques sur la satisfaction des clients sont envoyés après chaque événement organisé dans nos installations. Des réunions post-événementielles sont organisées afin de recueillir les commentaires des participants aux congrès. Les résultats sont examinés par le directeur général et le directeur des événements, puis transmis chaque semaine à l'équipe de direction pour examen et prise de mesures si nécessaire. Les réseaux sociaux sont surveillés et nous encourageons notre équipe interne de première ligne à apporter sa contribution.

Description	Réel 2023 24	Prévision 2024 25	Budget 2025 26	Plan 2026 27	Plan 2027 28
Satisfaction globale	4,6	4,5	4,5	4,6	4,6
Taux de réponse	21 %	25 %	25 %	30 %	30 %

OBJECTIF N° 4 : RESSOURCES HUMAINES

Nous nous engageons à maintenir un environnement sain et positif pour nos collègues du CCO. Nous nous efforçons de créer une culture d'entreprise qui valorise et tire parti de nos nombreuses différences et stimule l'innovation grâce à l'inclusion. Notre objectif est de simplifier le processus de recrutement, d'améliorer les descriptions de poste, d'accroître la diversité dans le recrutement, de trouver des candidats qualifiés, d'aider plus efficacement les nouvelles recrues, d'élargir les réseaux de talents, d'améliorer la fidélisation des employés et de constituer un solide vivier de talents.

Stratégies : À mesure que nous avançons, le CCO créera un environnement de travail positif où les employés se sentent valorisés, motivés et engagés dans leur travail. Cela se traduira par une meilleure productivité, un taux de rotation du personnel plus faible et une plus grande réussite commerciale.

Mesures de performance : L'équipe de direction maintiendra une communication constante et utile avec ses collègues par le biais de bulletins d'information, de réunions quotidiennes, de briefings, de start-ups, de messages numériques et de commentaires opportuns.

Description	Réel 2023 24	Prévision 2024 25	Budget 2025 26	Plan 2026 27	Plan 2027 28
Réponse globale	Pas de sondage	6/10	Pas de sondage	7/10	Pas de sondage

OBJECTIF N° 5 : RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE

Le CCO reconnaît le rôle que nous jouons dans la vie et l'économie de notre communauté d'accueil, ainsi que celui que joue la communauté dans le soutien et l'amélioration de l'expérience événementielle de nos clients. Ce faisant, nous assumons en permanence notre responsabilité d'entreprise et entretenons une relation positive avec la communauté. Alors que de nombreuses organisations mettent aujourd'hui en œuvre des programmes de responsabilité sociale sous une forme ou une autre, le CCO a décidé d'en faire un élément central de ses activités. La mise en œuvre d'initiatives socialement responsables nous permet non seulement de séduire les consommateurs soucieux des questions sociales, mais aussi d'avoir un impact tangible sur le monde.

Stratégies : Nous proposons quatre programmes flexibles en matière de responsabilité sociale d'entreprise qui permettent à nos clients d'avoir un impact positif avec un minimum d'efforts, tous facilités par l'équipe du CCO. Ces programmes aident non seulement les personnes défavorisées de notre quartier, mais visent également à réduire les déchets destinés aux décharges.

Programme « Leave a Legacy » : les clients peuvent faire don des articles restants après leur événement, notamment les supports marketing obsolètes, les articles promotionnels et les denrées non périssables.

Tablée des Chefs : ce partenariat nous permet de faire don des surplus alimentaires à ceux qui en ont besoin grâce à un programme de collecte alimentaire bien établi.

Fonds pour le tourisme autochtone : Ce programme facilite les dons directs des clients du CCO au Fonds pour le tourisme autochtone (FTA). Le FTA offre aux clients un moyen novateur de

s'associer à l'Association du tourisme autochtone du Canada afin de développer l'industrie du tourisme autochtone d'un océan à l'autre.

Réunions Clé verte : Le CCO a obtenu une note de trois clés et la certification Réunions Clé verte en 2024/2025. Nous examinerons nos lacunes en matière de durabilité et nous nous efforcerons d'obtenir une note plus élevée.

Afin de réduire notre empreinte carbone en limitant le transport vers les décharges, le CCO utilise ORCA (Organic Refuse Conversion Alternative), qui transforme tous les déchets organiques en eaux grises respectueuses de l'environnement. Nous avons augmenté l'utilisation de notre presse à carton et nous poursuivons notre programme amélioré de gestion des déchets et notre mur de recyclage. Nos stations de remplissage de bouteilles d'eau ont été très bien accueillies et sont utilisées à tous les étages. Nous continuerons à explorer la possibilité de remplacer complètement les bouteilles d'eau en plastique par des bouteilles en aluminium, afin d'utiliser davantage nos stations de remplissage de bouteilles d'eau.

Nous rappellerons et sensibiliserons à nouveau les occupants et nos collègues à l'importance du tri sélectif et à son impact sur notre environnement grâce à une campagne marketing actualisée et à une formation approfondie.

Mesures de performance : Examiner la participation aux programmes RSE susmentionnés à la fin de l'année. Le CCO participe à un programme rigoureux de lutte contre le gaspillage alimentaire et à des audits mensuels sur la qualité des aliments, dans le cadre desquels l'ensemble de la cuisine est évalué et les résultats sont examinés par la direction. Des rapports sur le détournement des déchets sont produits et examinés chaque mois.

Description	Réel 2023 24	Prévision 2024 25	Budget 2025 26	Plan 2026 27	Plan 2027 28
Réduction des déchets	62 %	64 %	65 %	67 %	67 %

6. SOMMAIRE BUDGÉTAIRE

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

Document du ministère

	Réel 2023-2024	Budget 2024-2025	Plan 2025-2026	Plan 2026-2027	Plan 2027-28
Nourriture & Boisson	13,466,567	10,461,487	12,216,800	12,758,415	13,406,491
Location des installations	6,071,642	6,258,289	5,283,200	5,486,707	5,878,979
Commissions	2,827,072	2,736,354	2,441,250	2,545,195	2,690,323
Publicité	611,364	680,899	777,250	819,136	850,177
Autres revenus	693,841	725,904	512,188	407,096	460,925
REVENU BRUT TOTAL	23,670,487	20,862,933	21,230,688	22,016,549	23,286,895
Croissance des revenus	22.77%	-11.86%	1.76%	3.70%	5.77%
COÛT DES VENTES	9,686,252	7,760,147	8,938,157	9,304,717	9,743,220
REVENU NET	13,984,235	13,102,786	12,292,531	12,711,832	13,543,674
Croissance du revenu net	13.90%	-6.30%	-6.18%	3.41%	6.54%
POURCENTAGE DE REVENUE NET	59.1%	62.8%	57.9%	57.7%	58.2%
DÉPENSES					
Installations	5,381,246	5,264,749	5,567,481	5,654,016	5,947,619
Services publics	1,179,815	1,197,857	1,260,000	1,306,080	1,377,094
Ventes & Marketing	1,916,862	2,191,611	1,870,697	1,921,154	1,971,483
Général & Administration	1,973,262	2,585,182	2,537,501	2,614,201	2,634,031
DÉPENSES TOTALES	10,451,186	11,239,399	11,235,679	11,495,451	11,930,228
Pourcentage du revenu brut	44.2%	53.9%	52.9%	52.2%	51.2%
EXCÉDENT D'EXPLOITATION	3,533,049	1,863,388	1,056,852	1,216,381	1,613,446
Pourcentage du revenu brut	14.93%	8.93%	4.98%	5.52%	6.93%
Frais d'intérêts	(1,025,687)	(1,015,934)	(1,005,716)	(1,000,000)	(1,000,000)
Amortissement des contributions reportées	3,731,477	3,881,481	3,867,126	3,801,707	3,742,798
Gain sur restructuration de la dette					
Amortissement des immobilisations	(4,773,166)	(5,232,589)	(5,533,757)	(5,408,861)	(5,295,076)
Excédent des revenus sur les dépense	1,465,673	(503,655)	(1,615,495)	(1,390,773)	(938,832)

BILAN

CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

Bilan

	Réel au	Prévisions au	Budget au	Plan stratégique au	Plan Stratégique au
	31 mars 2024	31 mars 2025	31 mars 2026	31 mars 2027	31 mars 2028
ACTIFS					
Actuel					
Encaisse	10,224,815	8,295,249	5,763,045	6,239,686	7,136,741
Comptes recevables	3,481,779	3,145,153	2,397,305	1,705,547	1,359,750
Dépenses payées d'avance	151,756	151,756	151,756	151,756	109,720
Total des actifs courants	13,858,351	11,592,158	8,312,106	8,096,990	8,606,210
Immobilisations corporelles	122,130,365	121,513,824	118,980,071	113,571,214	108,276,144
Total des actifs	\$ 135,988,716	\$ 133,105,982	\$ 127,292,177	\$ 121,668,204	\$ 116,882,354

PASSIFS ET ACTIF NET

Actuel					
Comptes payables et charges à payer	3,134,560	3,045,647	2,474,223	1,574,024	996,881
Revenus différés et dépôts des clients	3,632,297	4,073,487	4,638,011	5,106,715	5,579,638
Tranche de la dette à long terme	214,065	224,284	-	-	-
Total des passifs courants	6,980,923	7,343,418	7,112,233	6,680,740	6,576,519
Retenue de garantie à payer (construction)					
Revenus reporté et dépôts	630,809	650,000	550,000	550,000	550,000
Dette à long terme	27,807,523	27,583,239	27,583,239	27,583,239	27,583,239
Apports reportés - Immobilisations	87,492,874	84,956,393	81,089,267	77,287,560	73,544,762
Total des passifs	115,931,206	113,189,632	109,222,506	105,420,799	101,678,001
Actif net (déficit)	13,076,588	12,572,933	10,957,438	9,566,665	8,627,833
Total passifs et actifs net	\$ 135,988,716	\$ 133,105,982	\$ 127,292,177	\$ 121,668,204	\$ 116,882,354

État de l'évolution de l'actif net

Actif net – Début de l'exercice	11,610,915	13,076,588	12,572,933	10,957,438	9,566,665
Excédent des charges sur les produits de l'exercice	1,465,673	-503,655	-1,615,495	-1,390,773	-938,832
Actif net – Fin de l'exercice	13,076,588	12,572,933	10,957,438	9,566,665	8,627,833

FLUX DE TRÉSORERIE

CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA

Flux de trésorerie

	Réel au	Prévisions au	Budget au	Plan stratégique au	Plan Stratégique au
	31 mars 2024	31 mars 2025	31 mars 2026	31 mars 2027	31 mars 2028
Flux de trésorerie fournis par (utilisés dans)					
Activités d'exploitation					
Excédent des dépenses sur les revenus de l'année	1,465,673	(503,655)	(1,615,495)	(1,390,773)	(938,832)
Éléments sans incidence sur les disponibilités					
Amortissement des immobilisations corporelles	4,773,166	5,232,589	5,533,757	5,408,861	5,295,076
Amortissement des apports reportés liés aux immobilisations corporelles	(3,731,477)	(3,881,481)	(3,867,126)	(3,801,707)	(3,742,798)
Gain sur la restructuration de la dette					
Capitalisation des intérêts sur la dette à long terme					
	2,507,362	847,453	51,136	216,381	613,446
Variations nettes du fonds de roulement hors caisse	(966,082)	248,376	640,943	260,260	283,608
	1,541,280	1,095,829	692,079	476,641	897,055
Activités d'investissement					
Achat d'immobilisation capitales	(1,764,722)	(4,020,997)	(3,000,000)	-	-
Augmentation (diminution) de la retenue de garantie à payer (construction)		-	-	-	-
Frais reportés	1,285,000	1,209,666	-	-	-
	(479,722)	(2,811,331)	(3,000,000)	-	-
Activités de financement					
Augmentation (diminution) de la dette à long terme	(204,313)	(214,064)	(224,283)	-	-
Ligne de crédit					
Cotisations au ministère du Tourisme					
	(204,313)	(214,064)	(224,283)	-	-
Entrée (sortie) nette de trésorerie	857,245	(1,929,566)	(2,532,204)	476,641	897,055
Disponibilités au 1er avril	9,367,570	10,224,815	8,295,249	5,763,045	6,239,686
Disponibilités au 31 mars	10,224,815	8,295,249	5,763,045	6,239,686	7,136,741
Fonds réservés par politique et par contrat	4,263,106	4,723,487	5,188,011	5,656,715	6,129,638
Liquidités disponibles	5,961,708	3,571,762	575,034	582,971	1,007,103

7. RESSOURCES HUMAINES

SOMMAIRE DU PERSONNEL

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

La convention collective de la section locale 8327 a expiré le 30 septembre 2023. En raison de la pandémie, elle a été reconduite en septembre 2020, puis à nouveau en septembre 2021. Une convention de trois ans a été ratifiée en mai 2024. La section locale 8327 représente le personnel de service et relève du fournisseur pour les services et les installations, Aramark Entertainment Services Inc.

La section locale 5297 représente le personnel de sécurité et relève du CCO. La convention collective de la section locale 5297 expire le 30 septembre 2025. La section locale 5297 représente les agents de sécurité et rend compte au CCO.

Voici un aperçu du personnel en novembre 2024 :

CLASSIFICATION	CCO	ARAMARK	TOTAL
Temps plein syndiqués	7	58	65
Temps partiel syndiqués		68	68
Occasionnels syndiqués	5	103	108
<i>Sous-total employés syndiqués</i>	<i>12 (Local 5297)</i>	<i>229 (Local 8327)</i>	<i>241</i>
Temps plein non syndiqués	17	29	46
Temps partiel non syndiqués	1	3	4
<i>Sous-total employés non syndiqués</i>	<i>18</i>	<i>32</i>	<i>50</i>
TOTAL	30	261	291

PRÉVISIONS EN ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN (ETP)

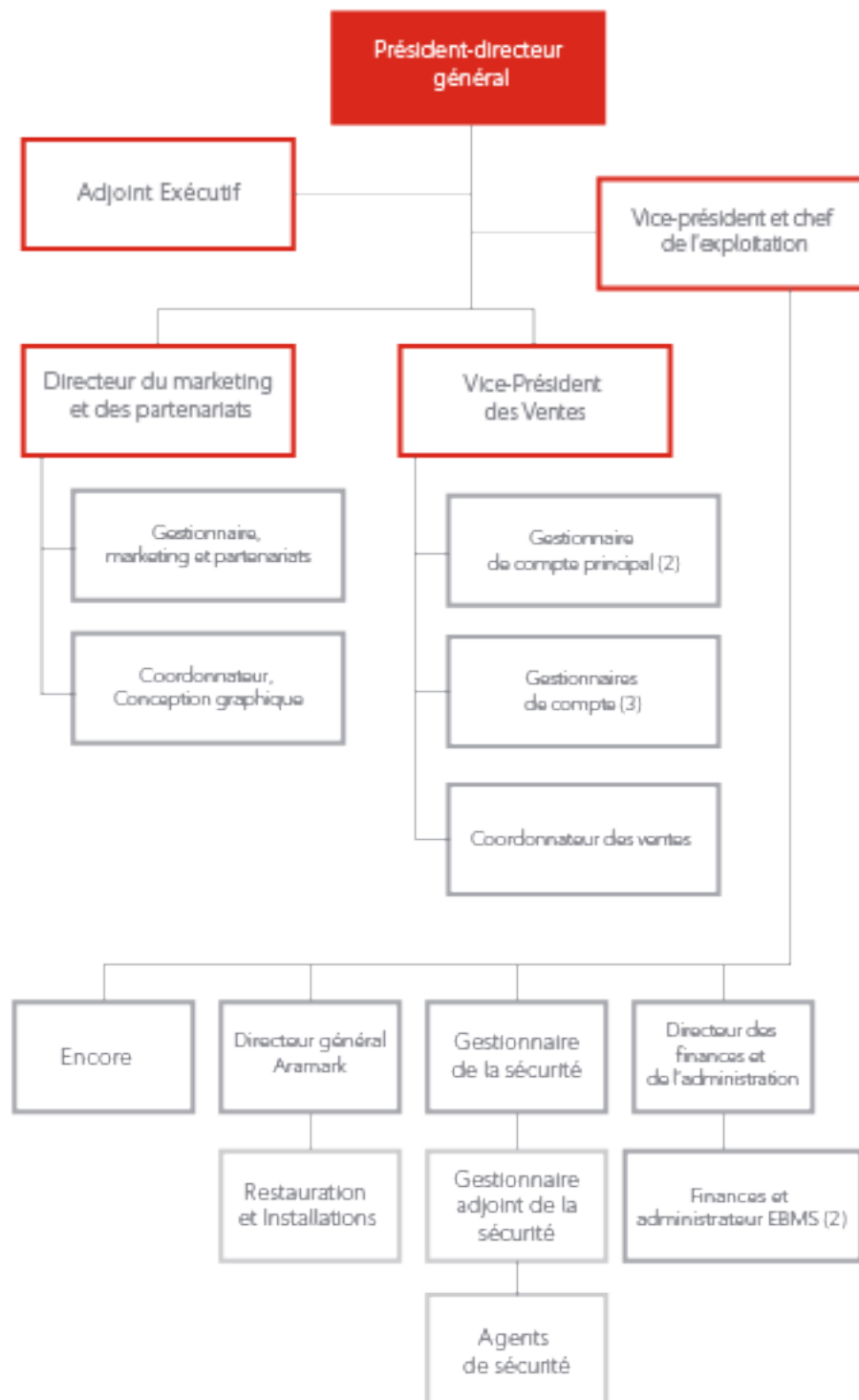
ETP 2025 :

	CCO	Aramark	Total
Syndiqué	8,0	108,5	116,5
Non syndiqué	17	31,5	48,5
	25,0	140,0	165,0

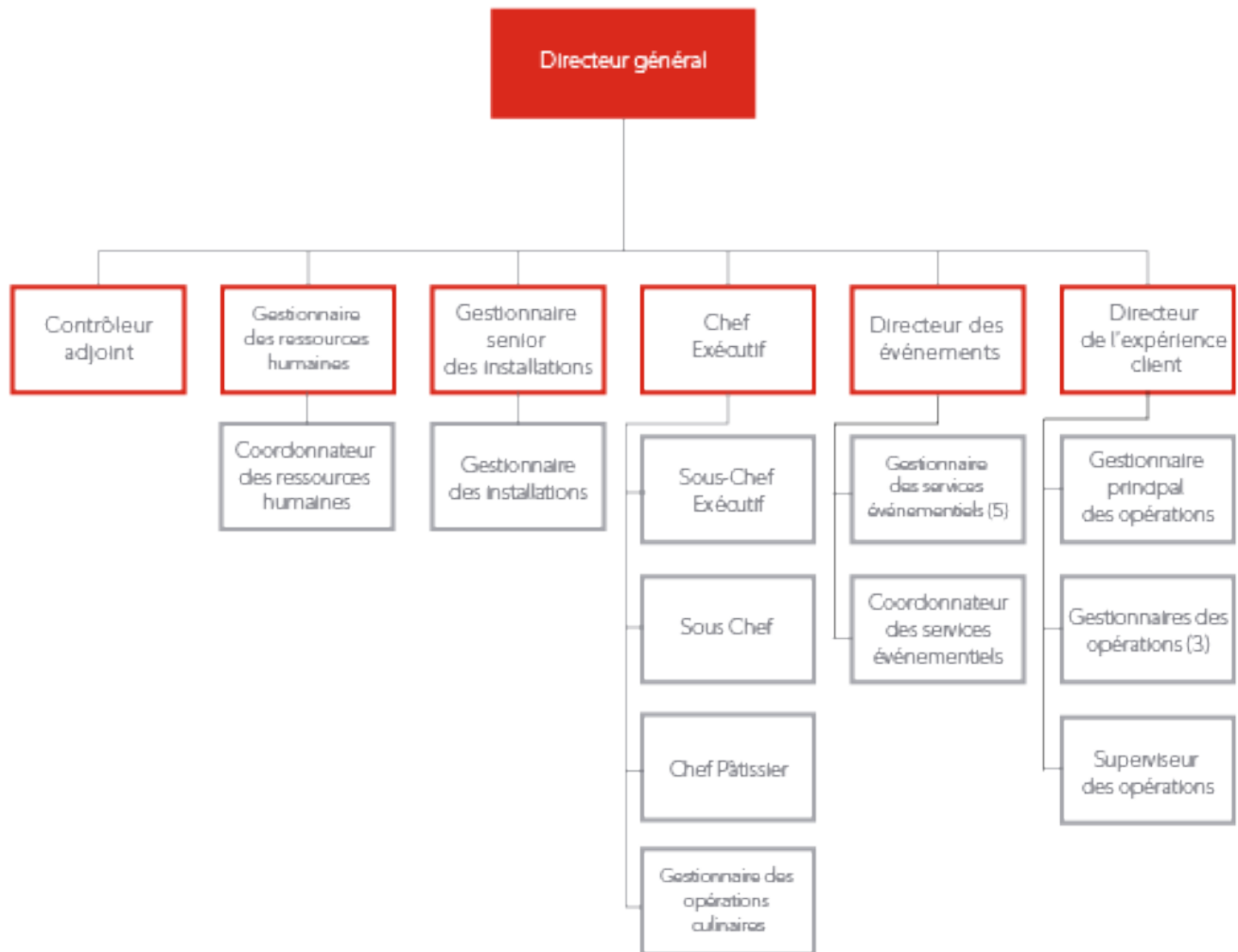
Prévisions ETP :

	F26	F27	F28
Syndiqué	116,5	116,5	116,5
Non syndiqué	48,5	48,5	48,5
	165,0	165,0	165,0

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA



STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU FOURNISSEUR POUR LES SERVICES ET LES INSTALLATIONS DU CCO



8. INITIATIVES IMPLIQUANT DES TIERS

PARTENARIAT STRATÉGIQUE AVEC TOURISME OTTAWA

Tourisme Ottawa demeure notre partenaire stratégique privilégié. À ce titre, nos initiatives de vente et de marketing sont coordonnées afin de maximiser nos efforts collectifs. Cette coordination comprend les commandites, le marketing et les missions commerciales conjointes.

Nous sommes conscients que Tourisme Ottawa disposera d'un budget de fonctionnement réduit pour l'exercice financier en cours en raison de la baisse prévue du taux d'occupation des hôtels, qui finance directement Tourisme Ottawa. Nous en avons tenu compte dans l'élaboration de nos plans pour 2025-2026.

Pensez Ottawa, notre programme d'ambassadeurs locaux visant à reconnaître le soutien local à la candidature et à l'accueil de conférences internationales, continuera d'être un programme phare et un événement annuel de reconnaissance en 2025. Le gala annuel de remise des prix, organisé au CCO, rend hommage au travail exigeant de nos ambassadeurs locaux pour attirer des entreprises à Ottawa.

ARAMARK - PARTENARIAT DE SERVICE POUR LES INSTALLATIONS

En 2010, le CCO et Aramark ont conclu un partenariat de 15 ans, dans le cadre duquel Aramark fournit des services de soutien complets au Centre. La réputation du CCO en tant que centre de congrès de classe mondiale est renforcée par notre service à la clientèle extraordinaire et nos offres de produits exceptionnelles gérées par Aramark. Notre enquête de satisfaction de la clientèle est un indicateur essentiel pour évaluer ce résultat. L'année dernière, le score du CCO en matière de service à la clientèle était de 4,6 sur 5. Ce score est calculé à partir des réponses de nos principaux clients à une enquête portant sur leur satisfaction globale, leur fidélité et le rapport qualité-prix. Aramark offre en permanence qualité et cohérence dans un secteur soumis à des normes rigoureuses.

L'engagement d'Aramark envers le service à la clientèle et l'excellence opérationnelle a joué un rôle important dans l'obtention par le CCO du prix du « Meilleur centre de congrès au monde » décerné par l'AIPC en 2020. Notre défi collectif consiste à maintenir ces scores alors que le marché des réunions et des événements post-COVID a modifié les attentes des clients à l'égard du Centre.

Le CCO et Aramark sont reconnus pour leur programme complet de reconnaissance des employés. Les gestionnaires ont toute latitude pour stimuler l'engagement des employés et récompenser ceux qui se surpassent grâce à la fonctionnalité Récompenses lancée dans myWorkLife, le portail de ressources destiné aux employés. Grâce à Récompenses, les gestionnaires peuvent rapidement et facilement reconnaître les performances exceptionnelles en offrant des incitatifs aux employés. Le CCO continue d'être classé comme le meilleur établissement d'Aramark dans le secteur des centres de congrès en Amérique du Nord.

Le mentorat des leaders de l'industrie touristique est un objectif commun au CCO et à Aramark. Dans cette optique, Aramark, avec le soutien du CCO, offre des possibilités de perfectionnement en leadership aux gestionnaires et aux superviseurs de ses établissements « soeurs » afin qu'ils acquièrent une expérience précieuse dans des installations beaucoup plus grandes que celles du CCO ou dans l'organisation d'événements d'une ampleur supérieure à celle des événements organisés à Ottawa. Il s'agit d'une opportunité réciproque, car le CCO emprunte parfois des gestionnaires et des superviseurs à d'autres établissements « soeurs » lorsque des besoins supplémentaires se font sentir en raison d'une forte demande d'événements.

Ce partenariat de 15 ans expire en mars 2026. Au printemps 2025, le CCO a l'intention de publier un appel d'offres afin de solliciter des soumissions de la part de fournisseurs potentiels pour ces services.

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

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

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

Afin d'augmenter notre part de marché et, surtout, d'accroître la part des événements qui utilisent actuellement notre partenaire de service, le CCO et Encore ont mis en place un cycle collaboratif de vente et de service. Cette approche collaborative permet à Encore de servir 95 % de nos clients.

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

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

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

Encore propose également une série de plateformes virtuelles et hybrides. Quelles que soient les restrictions de voyage à l'échelle mondiale ou les circonstances personnelles, Encore peut aider à la poursuite des événements même si un présentateur important ou certains participants ne peuvent pas être présents en personne. Chime Live, Content1 et Cvent Attendee Hub sont des solutions qui permettent à tout le monde de rester connecté sans perdre l'engagement et l'interaction du public. En fait, les événements virtuels et hybrides offrent de nombreux avantages, notamment des opportunités de parrainage et une capacité accrue d'engagement du public. Compte tenu de la forte demande en matière de connectivité Internet liée aux événements virtuels et hybrides, Encore, avec l'accord de du CCO, a récemment mis à niveau le réseau de télécommunications de 500 Mbps à 1 Gigabit avec une redondance de 1 Gigabit.

L'équipe de gestion sur place à temps plein d'Encore est revenue aux niveaux de 2019, avec des rôles de directeur nouvellement créés qui s'alignent sur les rôles de directeur du CCO, à savoir le directeur des ventes, le directeur des opérations, le directeur informatique et le directeur de la technologie événementielle. Chaque directeur travaille en étroite collaboration avec chacun des directeurs du CCO afin de mieux aligner les approches, de rationaliser les communications bilatérales et d'assurer la collaboration entre les unités opérationnelles. Avec l'augmentation des revenus d'une année sur l'autre, Encore a embauché et intégré deux directeurs des opérations, un troisième directeur des ventes et plusieurs techniciens sur site.

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

En raison du vieillissement de notre technologie, il était de plus en plus nécessaire d'étendre la portée du soutien informatique dans l'établissement. Une grande partie du travail prévu pour cette année consiste à planifier les mises à niveau logicielles et les changements technologiques. Nous avons convenu de partager une ressource avec Encore en embauchant un troisième professionnel de l'informatique pour répondre aux besoins croissants de l'entreprise. Cette nouvelle recrue apporte une aide supplémentaire dans tous les aspects technologiques du bâtiment, notamment les problèmes liés aux caméras de sécurité, les contrôles d'accès (C-Cure), l'éclairage, les systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation, ainsi que les projets futurs et les activités quotidiennes.

ROGERS - PARTENARIAT DE DROITS DE DÉNOMINATION

Le 23 octobre 2024, le CCO et Rogers ont annoncé la conclusion d'un accord de 10 ans portant sur les droits de dénomination. Outre le changement de nom de l'établissement, ce partenariat permettra au CCO de collaborer avec l'une des plus grandes entreprises de télécommunications du Canada et d'utiliser son vaste réseau pour promouvoir le Centre. Tous les visiteurs du Centre continueront d'avoir accès à une connexion Wi-Fi gratuite dans le foyer du niveau 1 et dans la salle de bal Trillium. Ce partenariat et notre nouveau nom, Centre Rogers Ottawa, aideront le CCO à promouvoir notre site et notre ville sur le marché lucratif des réunions et des congrès nationaux et internationaux.

9. APERÇU DE LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE COMMUNICATION

Avec la stabilisation des activités commerciales, nous concentrerons nos efforts de marketing sur la notoriété de la marque pour le nouveau nom Centre Rogers Ottawa. En nous appuyant sur les enseignements tirés ces dernières années, nous optimiserons nos stratégies marketing afin d'assurer une communication efficace. Nous nous attacherons à mettre en avant les caractéristiques uniques de notre établissement et les avantages que nous offrons à nos marchés cibles.

Nous nous concentrerons sur la notoriété de la marque, en mettant l'accent sur ce qui distingue le Centre Rogers Ottawa, en partageant du contenu attrayant sur diverses plateformes. Nous collaborerons avec des associations du secteur afin d'élargir notre rayonnement et de maintenir des liens solides avec nos clients actuels, en les tenant informés et engagés. De plus, nous continuerons à renforcer nos relations avec les principaux intervenants et à les utiliser comme ambassadeurs de notre nouvelle marque.

En nous concentrant sur ces stratégies, nous visons à accroître la présence de la marque et à renforcer notre position sur le marché, afin d'assurer une croissance et un succès continus.