

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 2026 / 2027

TABLE DES MATIÈRES

PLAN D'AFFAIRES ET STRATÉGIQUES	1
MANDAT ET VISION	2
SOMMAIRE ET PERSPECTIVES D'ACTIVITÉ	4
LETTRE D'ORIENTATION 2026 / 2027 – PRIORITÉS ET MESURES DE PERFORMANCE	6
ÉVALUATION DES RISQUES ET STRATÉGIES	10
RESSOURCES HUMAINES.....	13
OBJECTIFS ET STRATÉGIES ANNUELS	16
SOMMAIRE BUDGÉTAIRE	19
RELATIONS ET INITIATIVES AVEC DES TIERS.....	22
APERÇU DE LA STRATÉGIES DE MARKETING ET COMMUNICATIONS	24

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
IA	Artificial Intelligence	Intelligence artificielle
ATM	At The Moment	À l'heure actuelle
AV	Audio Visual	Audiovisuel
B2B	Business to Business	Commerce interentreprises
CanSPEP	Canadian Society of Professional Event Planners	Société canadienne de planificateurs professionnels d'événements
FDC	Convention Development Fund	Fonds de développement des congrès
CEO - PDG	Chief Executive Officer	Président/Présidente directeur/directrice général/générale
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 - EDI	Diversity, Equity, and Inclusion	Diversité, équité et inclusion
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

IBTM	Incentives, Business Travel & Meetings	Voyages de motivation, voyages d'affaires et réunions
FICA	International Convention Attraction Fund	Fonds d'attraction des congrès internationaux
ICCA	International Congress and Convention Association	Association internationale des congrès et des conventions
ICT - TIC	Information, Communication, and Technology	Technologies de l'information et des communications
IMEX	Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events	Salon mondial pour les voyages de motivation, les réunions et les événements
IT - TI	Information Technology	Technologie de l'information
IATC - ATC	Indigenous Tourism Association of Canada	Association touristique autochtone du Canada
ITDF - FDTA	Indigenous Tourism Development Fund	Fonds pour les destinations touristiques autochtones
LEED	Leadership in Energy and Environmental Design	Leadership en matière d'énergie et de conception environnementale
LO	Letter of Direction	Lettre d'orientation
MAT - TMH	Municipal Accommodation Tax	Taxe municipale d'hébergement
MICE	Meeting, Incentive, Convention, Events	Réunions, congrès, incentives et événements
MOU - PE	Memorandum of Understanding	Protocole d'entente
MPI	Meeting Professionals International	Association internationale des professionnels de la réunion
MWL	MyWorkLife	Ma vie au travail
OBT - CCA	Ottawa Board of Trade	Chambre de commerce d'Ottawa
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 gestionnaires de conférences

PCO - OPC	Professional Conference Organizers	Organisateur professionnel de conférences
ROI	Return On Investment	Rendement de l'investissement
SEO	Search Engine Optimization	Optimisation pour les moteurs de recherche
SEM	Search Engine Marketing	Marketing sur les moteurs de recherche
SME - PME	Small and Medium-sized Enterprise	Petite et moyenne entreprise
SMERF	Social, Military, Education, Religious and Fraternal	Groupes sociaux, militaires, éducatifs, religieux et fraternels
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)	Forces, faiblesses, possibilités et menaces
TBD.	To be Determined	À déterminer
TIAC - AITC	Tourism Industry Association of Canada	Association de l'industrie touristique du Canada
le Centre	Rogers Centre Ottawa	Le Centre
UK - R.-U.	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 - ASI	Uninterrupted Power Supply	Alimentation sans interruption
US - É.-U.	United States	États-Unis

PLAN D'AFFAIRES ET STRATÉGIQUES

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.

DIVERSITY, EQUITY AND 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 Jeux, 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 Jeux 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.

SOMMAIRE ET PERSPECTIVES D'ACTIVITÉ

Le CCO exploite, entretient et gère un centre de location d'événements polyvalent pour soutenir des congrès, des conférences et des programmes de diverses envergures, en concluant des contrats avec des clients pour l'utilisation des espaces événementiels.

Alors que l'exercice 2025-2026 tire à sa fin, il convient de souligner que l'industrie touristique d'Ottawa a connu une année exceptionnelle, marquée notamment par un été record dans la ville. L'organisation de nombreux événements sportifs et d'affaires internationaux a largement contribué à ce succès, propulsant Ottawa sur la scène mondiale.

Dans cette perspective, l'équipe du CCO demeure confiante dans sa capacité à maintenir des niveaux d'activité stables et durables, en s'appuyant sur ces solides fondations.

Les élections fédérale et provinciale étant maintenant terminées, l'attention se tourne vers la prochaine élection municipale, prévue en octobre 2026. Bien qu'aucune perturbation majeure des activités du Centre ne soit anticipée, des répercussions mineures restent possibles, notamment si des changements touchent Tourisme Ottawa et la taxe municipale d'hébergement.

À l'échelle fédérale, un examen global des dépenses est attendu, annonçant une vigilance fiscale accrue. À noter que des programmes tels que le Fonds d'attraction des congrès internationaux de Destination Canada n'ont pas obtenu de financement lors du dernier budget d'automne et devraient prendre fin, ce qui pourrait avoir une incidence sur les efforts futurs d'attraction de congrès.

Plusieurs grands projets d'infrastructure façonneront la région dans les prochaines années. La nouvelle bibliothèque centrale de la Bibliothèque publique d'Ottawa, *Ādisōke*, installation conjointe avec Bibliothèque et Archives Canada, ouvrira ses portes en 2027 comme un repère moderne et durable aux Plaines Lebreton, alliant une architecture audacieuse, de vastes espaces communautaires et une importante collection d'art autochtone. Par ailleurs, le Conseil municipal d'Ottawa a approuvé le projet de réaménagement Lansdowne 2.0, qui comprend un nouveau centre événementiel, des gradins nord améliorés, des espaces commerciaux élargis et deux tours résidentielles. De l'autre côté de la rivière, le gouvernement du Québec a annoncé la construction d'un nouveau centre des congrès de 50 millions de dollars à Gatineau, sur le site du complexe du Casino du Lac-Leamy, dans le secteur Hull. Ce projet de 9 300 mètres carrés, financé par Loto-Québec, devrait prendre deux ans à réaliser. Enfin, les Sénateurs d'Ottawa poursuivent leurs démarches pour développer les 4,5 hectares des Plaines Lebreton en un grand quartier d'événements et de divertissement, incluant une arena de la LNH au centre-ville. La réalisation de ce projet est prévue après 2031.

Bien que ces développements enrichissent l'offre locale en matière d'espaces événementiels, ils ne devraient pas concurrencer le Centre pour les congrès de grande envergure. Ils créeront toutefois une concurrence sur le plan du recrutement, particulièrement pour les employés qualifiés en restauration, à mesure que la demande de professionnels en hôtellerie continue de croître dans la région.

Le CCO a renouvelé ses ententes de services existantes en matière de technologie et de services alimentaires, assurant ainsi la continuité et la cohérence des opérations. Ces partenariats témoignent d'un engagement envers l'innovation et l'excellence opérationnelle. En étroite collaboration avec Aramark Canada Ltée et Encore Global Events (Canada) ULC, le CCO continuera d'intégrer l'automatisation et les technologies avancées afin de demeurer à l'avant-garde de l'efficacité et de la prestation de services. La priorité partagée par ces partenariats est claire : maintenir une culture d'excellence et rehausser l'expérience client.

Au cœur de l'organisation du CCO, on trouve une culture solide portée par des gens exceptionnels. L'ambition est d'être l'un des employeurs de choix de la région de la capitale nationale, un milieu de travail où la fierté est

au rendez-vous, l'innovation prospère et chaque collègue se sent valorisé et habilité. En favorisant un environnement inclusif et collaboratif, le CCO s'assure que son équipe non seulement offre des expériences exceptionnelles à ses clients, mais trouve également épanouissement et sens dans son travail.

Les initiatives décrites dans ce plan d'affaires représentent une approche globale visant à faire progresser le mandat du CCO, couvrant tous les domaines d'activité, y compris les partenariats stratégiques et les commandites. Le CCO demeure résolument engagé à rendre des comptes au ministère du Tourisme, de la Culture et des Jeux ainsi qu'au conseil d'administration. Des remerciements sincères sont adressés au ministre Cho et au Ministère pour leur collaboration et leur soutien continu, essentiels à l'atteinte des objectifs communs. Le conseil est également reconnu pour son orientation stratégique et sa surveillance, qui ont permis à l'équipe de direction du CCO de penser avec ambition et d'agir avec audace. Son leadership continue d'être déterminant alors que l'équipe de direction consolide ses acquis et positionne l'organisation pour un succès durable en 2026-2027.

RÉSULTATS 2025-2026

Au cours du dernier exercice, le CCO a accueilli avec succès 38 congrès au total, reflétant un équilibre satisfaisant entre les différentes tailles d'événements et une confiance soutenue du marché envers le Centre. Parmi ceux-ci, 13 ont été classés comme de grands congrès, 22 comme des congrès de taille moyenne et 3 comme des événements de petite envergure.

En plus des activités congressistes, le CCO a accueilli trois grands événements sportifs. Bien que ces événements génèrent généralement des revenus limités en restauration, ils produisent des revenus locatifs substantiels et jouent un rôle essentiel dans l'accomplissement du mandat du CCO, qui consiste à générer des retombées économiques pour la région. Ces événements attirent un achalandage important, soutiennent les entreprises locales et contribuent de façon significative à l'écosystème touristique et hôtelier au sens large.

Le CCO est fier de continuer à offrir des résultats de satisfaction client supérieurs, avec un score de 4,7 pour la satisfaction globale de la clientèle.

LETTRE D'ORIENTATION 2026-27 – PRIORITÉS ET MESURES DE PERFORMANCE

À titre d'organisme du ministère du Tourisme, de la Culture et des Jeux, le CCO contribue directement à la protection de l'Ontario en offrant de meilleurs services et en favorisant l'innovation et la valeur ajoutée.

Dans la Lettre d'orientation 2026-27 du ministre du Tourisme, de la Culture et des Jeux adressée au CCO, une série de priorités pangouvernementales ont été définies pour guider les organismes dans l'élaboration de leurs plans d'affaires et de leur orientation stratégique, en plus de cinq priorités spécifiques au CCO. La section suivante présente la façon dont le CCO donnera suite à ces priorités dans le cadre de ses projets stratégiques, de ses plans de ventes et de marketing, de ses investissements financiers et en capital, ainsi que de son approche globale en matière de prestation de services.

A. Priorité pangouvernementales

Protect Ontario

1. Élargir les partenariats nationaux au Canada afin de favoriser le développement des chaînes d'approvisionnement et des débouchés économiques à l'échelle du pays, et de soutenir la résilience économique, notamment face aux menaces tarifaires américaines persistantes et à l'incertitude économique.
2. Privilégier les achats auprès d'entreprises ontariennes et canadiennes dans toute la mesure du possible.
3. Offrir un allègement économique aux familles, aux consommateurs et aux entreprises de l'Ontario en gelant les frais et tarifs gouvernementaux, sauf approbation du ministre responsable.

Le CCO s'inscrit pleinement dans les priorités de la province de l'Ontario et demeure résolu à protéger les intérêts économiques ontariens tout en favorisant une croissance durable et l'excellence opérationnelle. Comme le précise le plan d'affaires 2026-2027, le CCO continuera de renforcer la résilience économique de la province en générant des retombées économiques estimées à 125 millions de dollars, en investissant dans la sécurité, l'infrastructure et la technologie, et en atténuant les risques liés aux menaces tarifaires américaines grâce à une diversification des approvisionnements et une planification concertée. L'organisation renforce également ses partenariats nationaux à l'échelle du Canada en approfondissant ses liens avec les associations nationales et provinciales, en soutenant la croissance des réunions et événements autochtones, et en collaborant avec des partenaires canadiens tels que Tourisme Ottawa et Investir Ottawa pour promouvoir les achats locaux sous la bannière « Acheter Ottawa » et consolider la position d'Ottawa comme destination de premier plan pour les réunions, les investissements et les talents.

Conformément aux orientations gouvernementales, le CCO priorise les achats auprès d'entreprises ontariennes et canadiennes dans toute la mesure du possible, en s'appuyant sur des partenaires de longue date tels qu'Aramark Canada et Encore Canada, tous deux sélectionnés par voie d'appel d'offres public. Le CCO intègre également des fournisseurs locaux, des artisans et des petites entreprises dans ses programmes de restauration et de partenariat, tout en accentuant son recours à des fournisseurs canadiens pour atténuer les risques liés aux incertitudes commerciales américaines. Pour soutenir l'accessibilité financière des entreprises et des familles de l'Ontario, le CCO instaurera un gel des frais de publicité pour 2026-2027. Ce gel permettra aux entreprises ontariennes de promouvoir leurs services sans supporter de coûts supplémentaires liés à des hausses de tarifs publicitaires. Par l'ensemble de ces efforts, le CCO — Le lieu de rencontre du Canada — continue d'accomplir son mandat en renforçant l'économie touristique, en soutenant l'industrie nationale et en maintenant la compétitivité, la résilience et l'accessibilité de l'Ontario.

Offrir de meilleurs services

4. Mettre l'accent sur une expérience client centrée sur l'utilisateur en simplifiant les interactions, en améliorant la satisfaction et en élargissant et optimisant les offres de services numériques.
5. Cerner les occasions d'améliorer l'efficacité, d'accroître la qualité des services, de stimuler l'innovation et de réaliser des économies pour la population ontarienne, notamment par l'utilisation de l'IA et d'autres technologies avancées.
6. Éliminer la bureaucratie et les formalités administratives inutiles en appliquant des méthodologies Lean ou d'autres approches visant l'efficacité opérationnelle.

Le Centre des congrès d'Ottawa s'inscrit pleinement dans l'engagement de la province de l'Ontario à offrir de meilleurs services publics et à améliorer continuellement la qualité des services grâce à l'innovation et à l'efficacité. Le plan d'affaires 2026-2027 présente une approche globale pour rehausser la satisfaction des clients, notamment grâce à la collaboration avec nos partenaires internes, à la rationalisation des processus, à l'élargissement de l'offre de services numériques et à l'amélioration des pratiques axées sur le client. Le CCO continuera de s'appuyer sur des boucles de rétroaction en temps réel et d'approfondir l'engagement par des sondages post-événement et, le cas échéant, des comités consultatifs de clients, pour recueillir des commentaires sur les processus mis en place afin d'améliorer l'expérience globale. Le CCO fait également progresser l'innovation en matière de services et l'efficacité opérationnelle en modernisant les systèmes technologiques essentiels, notamment l'affichage numérique, l'infrastructure réseau, les plateformes de collaboration et les systèmes audiovisuels. L'adoption d'outils dotés d'IA dans tous les départements appuiera le développement de contenu, l'analyse de données et le marketing de contenu, dans le but de créer une prestation de services plus réactive, rentable et tournée vers l'avenir pour nos clients. De plus, l'organisation élimine la complexité inutile des processus en affinant les flux de travail internes et en déployant des mises à niveau progressives qui réduisent les frictions opérationnelles et favorisent une exécution fluide des événements, incarnant ainsi les principes Lean dans l'ensemble des opérations administratives. L'ensemble de ces stratégies reflète l'étroite concordance du CCO avec la priorité de l'Ontario d'offrir des services meilleurs, plus rapides et plus accessibles, tout en stimulant l'innovation, l'efficacité et la valeur à long terme pour les clients et le grand public.

Favoriser l'innovation et la valeur ajoutée

7. Trouver des solutions innovantes pour utiliser efficacement les ressources publiques et accomplir le mandat de l'organisme tout en respectant son allocation financière, soutenu par des rapports financiers précis, des contrôles internes efficaces et des pratiques proactives de gestion de la fraude.
8. Gérer la main-d'œuvre de l'organisme avec une responsabilité accrue afin de stabiliser les dépenses et de préserver la viabilité financière à long terme en :
 - respectant strictement les paramètres de contrôle des embauches, notamment en cessant le recrutement pour les postes non essentiels aux activités et non directement en contact avec le public, y compris le recours à des consultants;
 - opérant dans les limites d'un effectif maximal défini (y compris les consultants);
 - en assurant la conformité avec la Loi sur la rémunération des cadres du secteur parapublic (LRCSP);
 - en améliorant la productivité et l'efficacité grâce à la technologie dans toute la mesure du possible.

9. Élaborer une politique sur l'étendue du contrôle qui reconnaît les différents flux de travail au sein de l'organisation, établit des seuils minimaux d'étendue du contrôle et la soumettre au ministre pour approbation d'ici le 31 mars 2026.
10. Fournir au ministre responsable, d'ici le 1er octobre 2025, la politique, la directive ou la ligne directrice en matière de ressources humaines modifiée, conformément à la norme de présence au bureau de la Fonction Publique de l'Ontario de quatre (4) jours par semaine à compter du 20 octobre 2025 et de cinq (5) jours par semaine à compter du 5 janvier 2026, et collaborer avec le ministère responsable pour remédier aux contraintes d'espace de bureau.

Le Centre des congrès d'Ottawa s'inscrit pleinement dans la priorité de l'Ontario de stimuler l'innovation et d'assurer la valeur ajoutée en opérant efficacement, en gérant les ressources publiques de manière responsable et en maintenant une discipline financière rigoureuse. Le plan d'affaires 2026-2027 présente un engagement clair à accomplir son mandat dans les limites des allocations approuvées, soutenu par des prévisions financières complètes, des rapports précis et des contrôles internes structurés qui protègent contre les risques tout en assurant une imputabilité solide pour les fonds publics. Les plans pluriannuels d'investissement en capital et en exploitation du CCO témoignent d'une gestion prudente des ressources, incluant des investissements mesurés dans la maintenance du cycle de vie, la modernisation de l'infrastructure vieillissante et des mises à niveau technologiques ciblées qui accroissent la productivité et réduisent les coûts d'exploitation à long terme. Sur le plan de la main-d'œuvre, le CCO adopte une approche disciplinée en matière de dotation en alignant les nouveaux rôles sur le Plan de croissance des ressources humaines, en donnant la priorité aux fonctions essentielles et en renforçant la planification de la relève pour préserver la viabilité financière à long terme, tout en assurant la conformité avec les exigences de la Loi sur la rémunération des cadres du secteur parapublic. L'organisation continue d'améliorer la productivité grâce à la technologie, en implantant des outils assistés par l'IA dans tous les départements, en modernisant l'affichage numérique et l'infrastructure réseau, en passant à des plateformes audiovisuelles à normes ouvertes et en modernisant les systèmes de collaboration afin de créer des gains d'efficacité et de réduire la dépendance aux processus manuels. De plus, le CCO s'engage à respecter les directives gouvernementales relatives à la gestion de la main-d'œuvre, notamment en établissant une politique d'étendue du contrôle qui reflète la diversité de ses flux opérationnels et favorise l'efficacité organisationnelle, et en mettant à jour les politiques RH pour se conformer à la norme de retour au bureau de la Fonction Publique de l'Ontario de cinq jours par semaine. L'ensemble de ces mesures illustre la forte concordance du CCO avec les attentes de l'Ontario en matière d'innovation, de responsabilité fiscale et de gestion disciplinée de la main-d'œuvre, veillant à ce que les ressources publiques soient utilisées de manière efficace et durable tout en faisant avancer le mandat de l'organisation.

B. Priorité spécifiques au CCO

11. Mettre en œuvre les recommandations de l'audit de l'optimisation des ressources de 2023 portant sur le Centre des congrès du Grand Toronto et le Centre des congrès d'Ottawa, réalisé par la vérificatrice générale de l'Ontario.
12. Continuer à développer des offres de ventes et de marketing nationales et internationales avec des partenaires clés afin d'inciter les réunions et les congrès à se tenir à Ottawa.
13. Collaborer avec les parties prenantes et les partenaires de l'industrie pour attirer des congrès à forte incidence qui stimulent la croissance économique et le tourisme en Ontario.

14. Définir et continuer à suivre les objectifs de retombées économiques dans le plan d'affaires 2026-27, et rendre compte des progrès dans le rapport annuel en mettant l'accent sur la maximisation des résultats et la démonstration de résultats tangibles.
15. Travailler avec le Ministère sur la mesure de la performance et la collecte de données, notamment en développant des indicateurs clés de performance pour chaque priorité énoncée dans la présente lettre d'orientation.

Le Centre des congrès d'Ottawa est pleinement engagé à faire avancer les priorités susmentionnées en intégrant pleinement les recommandations découlant de l'audit de l'optimisation des ressources de 2023 et en y donnant suite. Le plan d'affaires 2026-2027 reflète les progrès continus dans le renforcement de la gouvernance, de la surveillance financière, de l'efficacité opérationnelle et de la planification stratégique, tels qu'établis dans le cadre de l'examen de la vérificatrice générale. Le CCO continue de bâtir des stratégies de ventes et de marketing robustes, tant nationales qu'internationales, en collaboration avec des partenaires clés dont Tourisme Ottawa, les partenaires hôteliers et les associations industrielles fédérales et internationales, afin d'inciter les congrès à choisir Ottawa et de maintenir un solide portefeuille d'affaires à haute valeur ajoutée. Ces stratégies sont soutenues par une participation conjointe à des salons mondiaux et des activations coordonnées sur les marchés ciblés, conçues pour maintenir la compétitivité d'Ottawa sur les marchés national et mondial. Ces efforts complètent une collaboration plus large avec les parties prenantes de l'industrie pour attirer des événements à forte incidence qui génèrent des retombées économiques significatives et stimulent le tourisme en Ontario, appuyés par des stratégies sectorielles dans les domaines de la technologie, de l'engagement autochtone, des marchés corporatifs et de la sensibilisation aux associations nationales. Le CCO a également clairement défini ses objectifs de retombées économiques, projetant 125 millions de dollars en avantages économiques pour 2026-2027, et continuera à mesurer, suivre et rendre compte des progrès dans son rapport annuel, dans le cadre de son engagement envers la transparence et la démonstration d'une valeur publique tangible. De plus, le CCO travaillera en étroite collaboration avec le Ministère pour affiner les cadres de mesure de la performance et renforcer les pratiques de collecte de données, notamment par le développement d'indicateurs clés de performance clairs alignés sur chacune des priorités de la Lettre d'orientation, assurant ainsi une imputabilité cohérente, une prise de décision fondée sur les données probantes et une orientation à l'échelle de l'organisation vers la maximisation des résultats pour la population ontarienne.

ÉVALUATION DES RISQUES ET STRATÉGIES

La « cartographie » des risques du CCO est révisée trimestriellement afin d'atténuer et d'évaluer les risques recensés par la direction.

RISQUE N°1 : SÉCURITÉ – MANIFESTATIONS ET ITINÉRANCE

Catégorie de risque

Sécurité

Description

L'une des forces du CCO est l'accent constant mis sur la sécurité de ses installations, de son contenu et, surtout, de ses invités et de son personnel. Les clients, les invités et les collègues s'attendent à évoluer dans un environnement sûr et sécuritaire. Il est donc essentiel que le CCO communique clairement ses plans de sécurité à toutes les parties prenantes et demeure vigilant et préparé face à un large éventail de situations d'urgence. Ces dernières années, cette préparation s'est élargie pour inclure les manifestations et les protestations découlant de tensions politiques et d'événements mondiaux.

En raison de l'emplacement du Centre, le CCO se trouve également à proximité de plusieurs services d'aide aux personnes en situation d'itinérance et de dépendance. En conséquence, il n'est pas rare que le personnel du Centre interagisse fréquemment avec ces membres de la communauté.

Priorité stratégique associée

Service à la clientèle exceptionnel

Impact et portés

MOYEN

Les clients expriment régulièrement à la fois de l'intérêt et des préoccupations à l'égard des questions de sécurité lorsqu'ils décident d'organiser leurs événements au Centre. Ils cherchent à obtenir l'assurance que la direction a mis en place des améliorations et renforcé ses protocoles pour traiter efficacement ces enjeux.

Mesure d'atténuation

- **Surveillance et suivi:** surveillance continue par les systèmes de CCTV et signalement des incidents en temps réel pour détecter et dissuader toute activité suspecte.
- **Collaboration avec les forces de l'ordre:** partenariat actif avec les services de police municipaux, provinciaux et fédéraux et mise en réseau avec d'autres sites similaires.

RISQUE N°2: ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

Catégorie de risque

Concurrence

Description

L'industrie des congrès au Canada évolue dans un contexte hautement concurrentiel et en constante transformation. Les grands centres urbains tels que Toronto, Vancouver et Montréal sont bien positionnés pour attirer des événements de grande envergure grâce à leur vaste offre de liaisons aériennes, la diversité de leurs options d'hébergement et la vitalité de leurs milieux urbains. La présence d'hôtels dont la taille est adaptée à l'accueil de congrès dans ces villes renforce davantage leur compétitivité, ces établissements pouvant offrir des forfaits intégrés combinant blocs de chambres, contributions à la restauration et tarifs de location réduits au sein d'un seul et même site.

À Ottawa, la capacité d'accueil pour les congrès repose principalement sur le succès du centre des congrès et la disponibilité des hôtels partenaires, qui doivent travailler de concert pour offrir une expérience comparable à celle des grands marchés. L'ajout de nouveaux inventaires hôteliers et le réinvestissement dans les infrastructures existantes demeurent essentiels pour renforcer la position d'Ottawa sur le marché et sa capacité à attirer des événements nationaux et internationaux.

Le maintien d'un Fonds de développement des congrès (FDC) robuste constitue également un élément clé de la stratégie concurrentielle d'Ottawa. Alimenté par la taxe municipale d'hébergement, le FDC offre la souplesse financière nécessaire pour attirer de nouveaux congrès et soutenir la croissance des événements. L'importance du FDC s'est encore accrue à la lumière du récent budget fédéral, qui a mis fin à la continuité du Fonds d'attraction des congrès internationaux de Destination Canada. Avec moins de programmes d'incitatifs fédéraux disponibles, la dépendance d'Ottawa envers le FDC comme outil local pour attirer des congrès à forte incidence a considérablement augmenté.

Priorité stratégique associée

Impact économique; Durabilité — Financière

Impact et portés

MOYEN

Un paysage concurrentiel peut stimuler une saine compression sur le marché local, mais il présente également des défis tels que les guerres de prix, la réduction des marges bénéficiaires et un accent accru sur les mesures de réduction des coûts. De plus, une concurrence accrue peut faire monter les attentes des clients, imposant une innovation continue et des investissements dans les équipements afin de répondre aux exigences d'une clientèle de plus en plus avertie.

Mesure d'atténuation

Pour maintenir un avantage concurrentiel dans un secteur des congrès de plus en plus dynamique, il est essentiel de continuer à miser sur une différenciation stratégique et une compréhension approfondie des besoins évolutifs des clients. La croissance soutenue du Fonds de développement des congrès et de la réserve de la taxe municipale d'hébergement sera également déterminante. L'élargissement de ces ressources financières permettra à Ottawa de réagir rapidement aux occasions émergentes et d'attirer des événements à haute valeur ajoutée générant des retombées économiques et touristiques significatives pour la ville et la région.

RISQUE N°3: 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 à la clientèle exceptionnel / Durabilité - Financière

Impact et portés

MODÉRÉ

Mesure d'atténuation

Le fournisseur de services TI du CCO effectue des sauvegardes quotidiennes sur site, hebdomadaires dans le nuage et mensuelles hors site. Les sauvegardes hors site dans le nuage réduisent les risques en cas de sinistre et contribuent à protéger contre les virus et les rançongiciels. CrowdStrike/Falcon Complete a été déployé sur l'ensemble des systèmes pour se protéger contre les virus et les rançongiciels. Ce service comprend également une surveillance par le fabricant pour signaler toute activité suspecte et une capacité d'intervention rapide en cas de compromission d'un serveur. Les employés ont suivi une formation en sécurité en ligne et des tentatives d'hameçonnage simulées sont régulièrement envoyées pour les mettre à l'épreuve et assurer la conformité.

RESSOURCES HUMAINES

SOMMAIRE DES EFFECTIFS

À l'exception des membres de la direction et du personnel administratif, le CCO est syndiqué depuis décembre 1995, représenté par le Syndicat des Métallos (sections locales 8327 et 5297).

La convention collective de la section locale 8327 expire le 30 septembre 2026. La section locale 8327 représente le personnel de service et relève du fournisseur de services aux installations, Aramark Canada Ltée.

La section locale 5297 représente le personnel de sécurité et relève du CCO. La convention collective de trois ans de la section locale 5297 a expiré le 30 septembre 2025. Les négociations entre le syndicat et la direction débuteront au début de 2026.

Voici un aperçu actuel du personnel, incluant les effectifs du CCO et d'Aramark, en date de novembre 2025 :

CLASSIFICATION	OCC	ARAMARK	TOTAL
Temps plein syndiqués	8	61	69
Temps partiel syndiqués		85	85
Occasionnels syndiqués	5	82	87
<i>Sous-total employés syndiqués</i>	<i>13 (Local 5297)</i>	<i>228 (Local 8327)</i>	<i>241</i>
Temps plein non syndiqués	17	32	49
Temps partiel non syndiqués		1	1
<i>Sous-total employés non syndiqués</i>	<i>17</i>	<i>33</i>	<i>50</i>
TOTAL	30	261	291

PRÉVISIONS EN ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN (ETP)

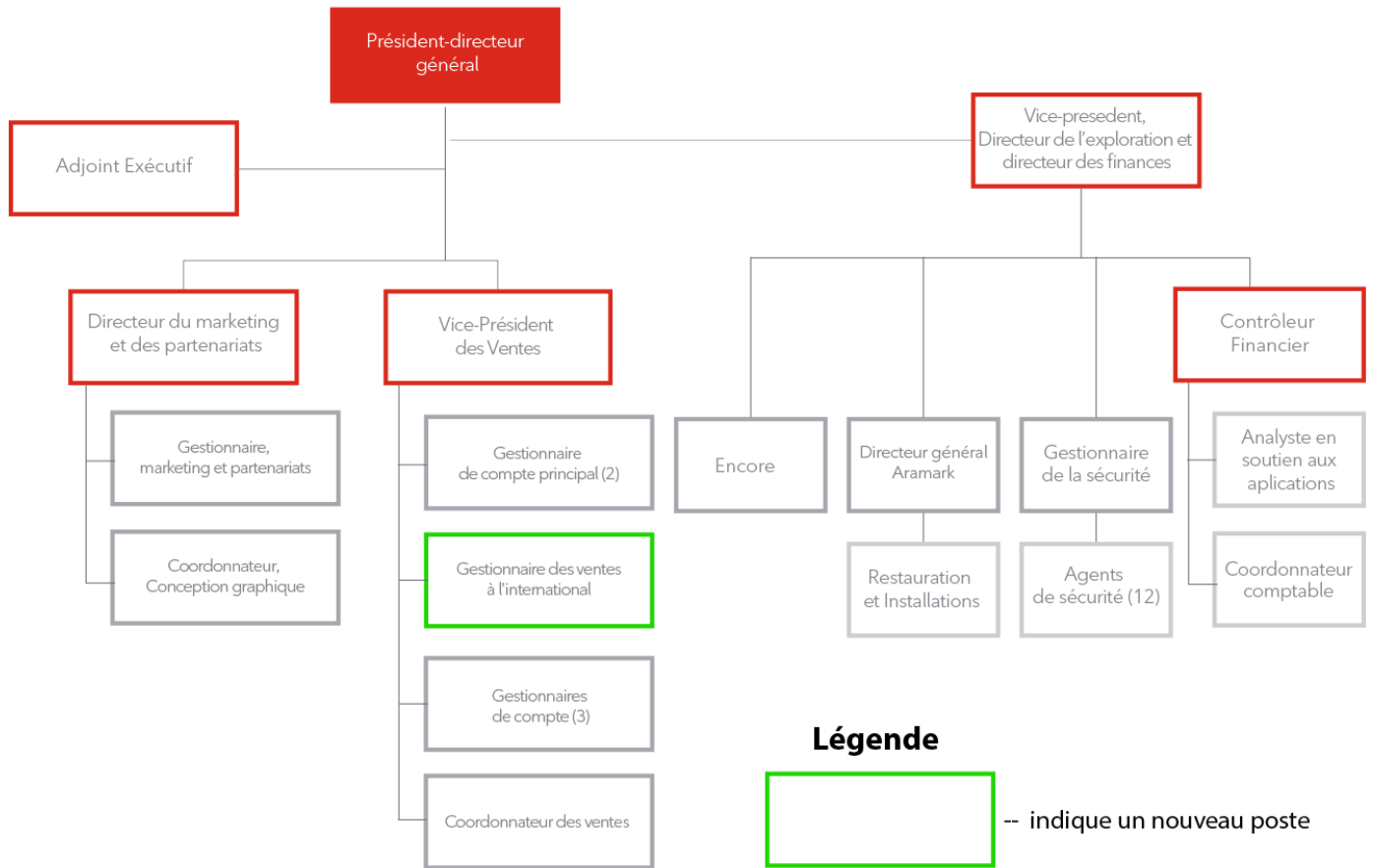
ETP 2026

	OCC	ARAMARK	TOTAL
Syndiqué	8	113	121
Non syndiqué	17	32	49
	25	145	170

Prévisions d'ETP

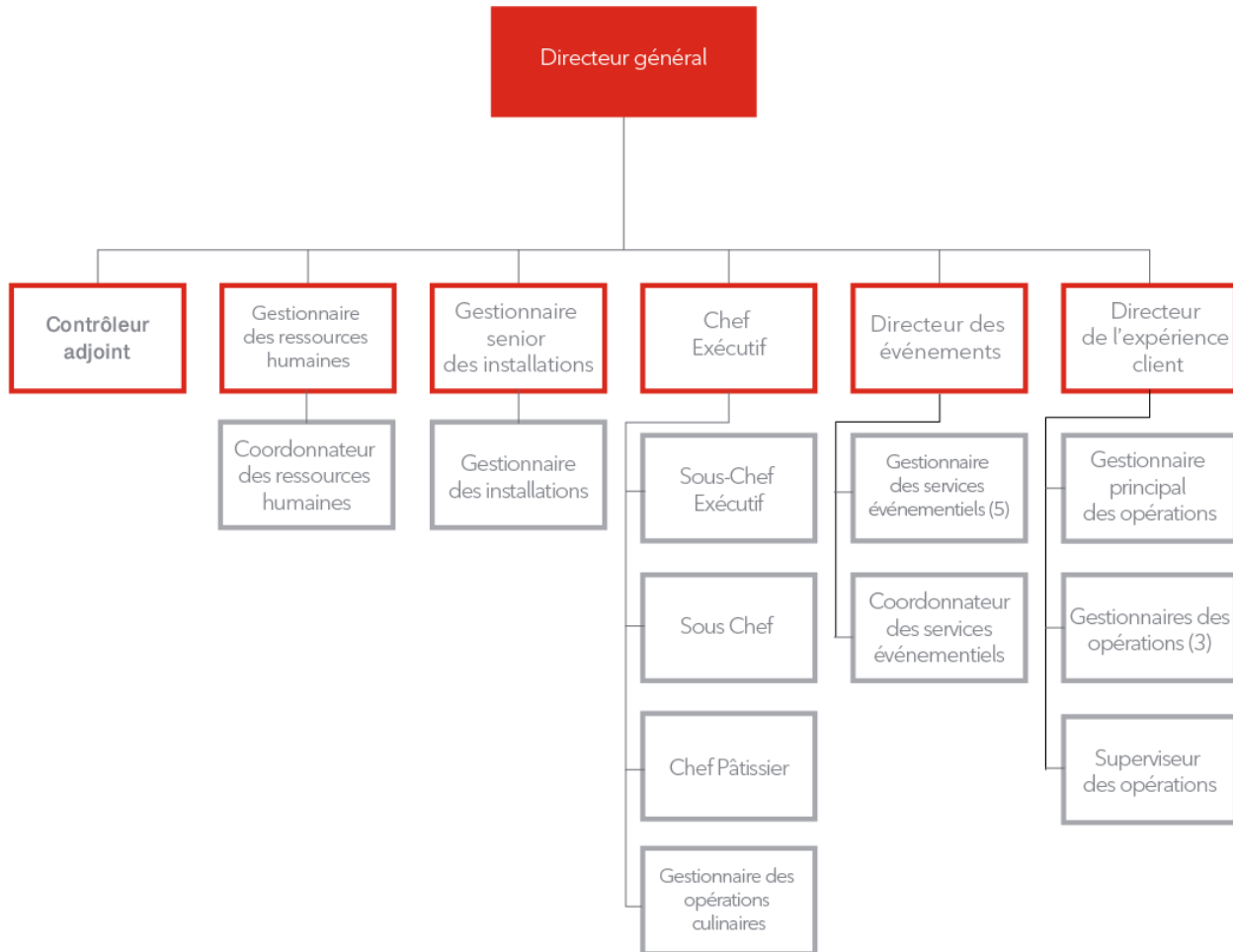
	2025/2026	2026/2027	2027/2028
Syndiqué	121	121	121
Non syndiqué	49	50	50
	170	171	171

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DU CENTRE DES CONGRÈS D'OTTAWA



* L'organigramme du CCO inclut le poste approuvé par le Secrétariat du Conseil du Trésor dans le cadre du Plan de croissance des ressources humaines du CCO pour les organismes provinciaux avec et sans conseil d'administration.

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



OBJECTIFS ET STRATÉGIES ANNUELS

Le CCO se concentrera sur les objectifs définis dans les pages suivantes pour l'année à venir. L'équipe de la haute direction a défini des stratégies et des mesures de performance pour atteindre ces objectifs. La haute direction se réunit chaque semaine avec Aramark pour examiner les objectifs financiers et de performance, ainsi que les mises à jour relatives à la satisfaction des clients et aux ressources humaines.

OBJECTIF N°1: FINANCES

Le mandat du CCO est de générer des retombées économiques pour la Ville d'Ottawa et la Province de l'Ontario.

Le CCO générera les résultats financiers suivants en 2026-2027 :

- Revenus bruts de 23,4 M\$
- Excédent net d'exploitation de 1,9 M\$

Le CCO atteindra les cibles suivantes en 2026-2027 :

- Retombées économiques de 125 M\$
- Cible de réservation à venir de 20 M\$

Mesures de performance

Le CCO suivra ses progrès au moyen d'états financiers et de rapports internes examinés mensuellement par la haute direction et trimestriellement par le conseil d'administration et le Comité des finances et de vérification du CCO.

DESCRIPTION	RÉEL 2024/2025	PRÉVISION 2025/2026	BUDGET 2026/2027	PLAN 2027/2028	PLAN 2028/2029
Retombées économiques (en M\$)	113	120	125	130	130
Revenus bruts (en M\$)	23	21,5	23,5	23,7	24,2
Revenu net d'exploitation (en M\$)	3,0	1,6	1,9	1,8	1,8
Réservation à venir (en M\$)	18,6	19	20	21	22

OBJECTIF N°2: TAUX D'OCCUPATION

Le taux d'occupation correspond au nombre de pieds carrés vendus par rapport au nombre de pieds carrés d'espace disponible au cours d'une année donnée. Aucune provision n'est faite pour les jours fériés ou les

périodes d'inactivité entre les événements. Dans des conditions normales, le taux d'occupation maximal du CCO serait d'environ 70 %.

Mesures de performance

Le taux d'occupation est suivi pour chaque événement, puis compilé et communiqué trimestriellement.

DESCRIPTION	RÉEL 2024/2025	PRÉVISION 2025/2026	BUDGET 2026/2027	PLAN 2027/2028	PLAN 2028/2029
Taux d'occupation	40,1 %	42,5 %	44 %	46 %	46 %

OBJECTIF N°3: SERVICE À LA CLIENTÈLE

Le service à la clientèle est une composante essentielle du succès de l'organisation. L'objectif du CCO est de maintenir un score de satisfaction des clients de 4,5 et de demeurer fidèle à sa vision : « Une équipe inspirée qui organise des événements exceptionnels. » Les équipes qui maintiennent des normes élevées enregistrent une productivité accrue, de meilleures performances, une culture organisationnelle plus forte et, en conséquence, une plus grande fidélité de la clientèle.

Stratégies

Le CCO veillera à l'excellence du service à toutes les étapes du cycle de vente et de service en mettant en place des groupes de discussion avec les clients, en effectuant des inspections et des audits imprévisibles et en exerçant un leadership sans compromis. Il continuera à bâtir une culture de service à la clientèle avec des initiatives visant à offrir l'extraordinaire, grâce à l'engagement des employés. Le CCO alignera son développement sur les objectifs de l'organisation et offrira des occasions d'apprentissage. Il demeurera en contact avec ses clients par des initiatives et des points de contact marketing, continuera à innover, à augmenter l'utilisation des 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 de satisfaction des clients sont envoyés après chaque événement tenu dans le bâtiment. Des rencontres post-événement sont organisées pour recueillir les commentaires des organisateurs de congrès. Les résultats sont examinés par le directeur général et la directrice des événements, puis transmis chaque semaine à l'équipe de direction pour examen et suivi. Les médias sociaux sont surveillés et le CCO encourage son équipe de première ligne à fournir des commentaires.

DESCRIPTION	RÉEL 2024/2025	PRÉVISION 2025/2026	BUDGET 2026/2027	PLAN 2027/2028	PLAN 2028/2029
Satisfaction globale	4,9	4,6	4,5	4,5	4,5
Taux de réponse	21 %	25 %	25 %	30 %	30 %

OBJECTIF N°4: SATISFACTION DES EMPLOYÉS

Le CCO s'engage à favoriser un environnement positif et bienveillant pour ses collègues. Il s'efforce de créer une culture de travail qui valorise et exploite ses nombreuses différences et stimule l'innovation par l'inclusion. L'objectif du CCO est de simplifier le processus de recrutement, d'améliorer les descriptions de poste, d'augmenter l'embauche diversifiée, de sourcer des candidats qualifiés, d'accompagner plus efficacement les nouvelles recrues, d'élargir les réseaux de talents, d'améliorer la rétention des employés et de bâtir un solide bassin de talents.

Stratégies

À l'avenir, le CCO continuera de créer un environnement de travail positif où les employés se sentent valorisés, motivés et engagés dans leur travail. Cela entraîne à son tour une meilleure productivité, un taux de roulement moins élevé et davantage de succès commercial.

Mesures de performance

L'équipe de direction du CCO maintiendra une communication cohérente et de qualité avec ses collègues par le biais d'infolettres, de réunions quotidiennes, de séances d'information, de réunions de début de service, de messages numériques et de rétroactions en temps opportun.

DESCRIPTION	RÉEL 2024/2025	PRÉVISION 2025/2026	BUDGET 2026/2027	PLAN 2027/2028	PLAN 2028/2029
Réponse globale	No Survey	6/10	No Survey	7/10	No Survey

SOMMAIRE BUDGÉTAIRE

RÉSULTAT D'EXPLOITATION

	ACTUEL F2025	PRÉVISION F2026	BUDGET F2027	PLAN F2028	PLAN F2029
REVENU					
Nourriture & Boisson	11,732,023	12,039,761	12,626,000	12,550,613	12,768,771
Location des installations	6,477,703	5,559,092	5,835,000	5,971,425	6,109,193
Commissions	3,599,504	2,894,853	3,794,687	3,937,413	4,008,751
Publicité	696,213	770,635	775,458	796,280	817,760
Autres revenus	484,483	254,263	453,400	453,400	453,400
	22,989,927	21,518,603	23,484,544	23,709,130	24,157,875
COÛT DES VENTES	8,602,338	8,805,378	8,780,640	8,785,429	8,938,140
REVENU NET	14,387,589	12,713,226	14,703,904	14,923,702	15,219,735
DÉPENSES D'OPÉRATIONS					
Installations	6,954,635	6,788,318	7,684,454	7,985,868	8,143,523
Ventes & Marketing	1,975,202	1,813,809	2,283,539	2,329,210	2,375,794
Administratif	2,456,383	2,462,177	2,763,919	2,811,698	2,860,432
TOTAL des charges d'exploitation	11,386,220	11,064,304	12,731,913	13,126,776	13,379,749
NET OPERATING SURPLUS(LOSS)	3,001,370	1,648,922	1,971,991	1,796,926	1,839,986
Frais d'intérêts	1,015,936	1,005,716	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Amortissement des contributions reportées	3,977,726	4,057,726	3,841,060	3,841,060	3,841,060
Gain sur restructuration de la dette					
Amortissement des immobilisations	(5,218,952)	(5,288,438)	(5,252,303)	(5,361,899)	(5,452,811)
Excédent des revenus sur les dépenses	744,208	(587,506)	(439,252)	(723,914)	(771,765)
Variation d'une année sur l'autre :					
Chiffre d'affaires - brut		-6%	9%	1%	2%
Chiffre d'affaires - net		-12%	16%	1%	2%
Charges d'exploitation		-3%	15%	3%	2%
Résultat d'exploitation net		-45%	20%	-9%	2%

BILAN

	ACTUEL en date du 31-Mar-25	PRÉVISION en date du 31-Mar-26	BUDGET en date du 31-Mar-27	PLAN en date du 31-Mar-28	PLAN en date du Mar 31, 2029
ACTIFS					
Actuel					
Encaisse	11,846,268	10,494,942	9,948,058	8,886,330	7,805,657
Comptes recevables	1,663,900	1,713,817	1,371,054	1,412,185	1,454,551
Dépenses payées d'avance	170,271	187,298	206,028	226,631	249,294
Total des actifs courants	13,680,439	12,396,057	11,525,140	10,525,146	9,509,502
Immobilisations corporelles	119,495,670	116,337,232	113,239,429	109,877,529	106,424,719
Total des actifs	\$133,176,109	\$128,733,289	\$124,764,568	\$120,402,675	\$115,934,220
PASSIFS ET ACTIF NET					
Actuel					
Comptes payables et charges à payer	3,027,874	2,573,693	2,650,904	2,730,431	2,732,888
Revenus différés et dépôts des clients	3,714,036	3,825,457	4,016,730	4,137,232	4,261,349
Tranche de la dette à long terme	224,284	-	-	-	-
Total des passifs courants	6,966,194	6,399,150	6,667,634	6,867,663	6,994,237
Revenus différés et acomptes	513,758	483,214	526,322	529,374	547,170
Dette à long terme	27,583,238	27,583,238	27,583,238	27,583,238	27,583,238
Contribution différée liée aux immobilisations corporelles	84,292,121	81,034,395	77,193,335	73,352,275	69,511,215
Total des passifs	112,389,117	109,100,847	105,302,895	101,464,887	97,641,623
Actif net (déficit)	13,820,798	13,233,292	12,794,040	12,070,126	11,298,361
Total passifs et actifs net	\$133,176,109	\$128,733,289	\$124,764,568	\$120,402,675	\$115,934,220

FLUX DE TRÉSORERIE

	ACTUEL en date du 31-Mar-25	PRÉVISION en date du 31-Mar-26	BUDGET en date du 31-Mar-27	PLAN en date du 31-Mar-28	PLAN en date du 31-Mar-29
Flux de trésorerie fournis par (utilisés dans)					
Activités d'exploitation					
Excédent des dépenses sur les revenus	744,208	(587,506)	(439,252)	(723,914)	(771,765)
Éléments sans incidence sur les disponibilités					
Amortissement des immobilisations corporelles	5,218,952	5,288,438	5,252,303	5,361,899	5,452,811
Amortissement des apports reportés liés aux immobilisations corporelles	(3,977,726)	(4,057,726)	(3,841,060)	(3,841,060)	(3,841,060)
	1,985,434	643,206	971,991	796,926	839,986
Variations nettes du fonds de roulement hors caisse	1,657,366	(440,248)	635,625	141,346	79,342
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	3,642,800	202,958	1,607,616	938,272	919,328
Activités d'investissement					
Achat d'immobilisation capitales	(2,584,257)	(2,130,000)	(2,154,500)	(2,000,000)	(2,000,000)
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(2,584,257)	(2,130,000)	(2,154,500)	(2,000,000)	(2,000,000)
Activités de financement					
Remboursement de la dette à long terme	(214,063)	(224,284)	-	-	-
Apports en capital reçus	776,973	800,000			
	562,910	575,716	-	-	-
Entrées (sorties) nettes de trésorerie	1,621,453	(1,351,326)	(546,884)	(1,061,728)	(1,080,672)
Trésorerie en début d'exercice	10,224,815	11,846,268	10,494,942	9,948,058	8,886,330
Trésorerie en fin d'exercice	11,846,268	10,494,942	9,948,058	8,886,330	7,805,657

RELATIONS ET INITIATIVES AVEC DES TIERS

PARTENARIAT STRATÉGIQUE AVEC TOURISME OTTAWA

Pour 2026-2027, le Centre des congrès d'Ottawa maintient une relation étroite et collaborative avec Tourisme Ottawa, en alignant ses efforts sur les initiatives de promotion du tourisme et les priorités de développement des marchés clés. Ce partenariat est particulièrement visible dans la participation conjointe aux grands événements internationaux de l'industrie pilotés par Destination Canada, notamment IMEX Francfort, IMEX Americas, le congrès annuel de l'ASAE et IBTM World, où Tourisme Ottawa et le CCO présentent une proposition de valeur coordonnée aux planificateurs et décideurs mondiaux.

Le programme Think Ottawa a joué un rôle important dans le renforcement de l'écosystème congrès d'Ottawa. En mobilisant les parties prenantes locales à titre d'ambassadeurs, le programme a contribué à identifier et à cultiver des personnes et des organisations ayant un intérêt à accueillir des congrès et des réunions dans leur ville. Ces ambassadeurs contribuent activement à la promotion d'Ottawa au sein de leurs réseaux professionnels, renforçant ainsi la visibilité et l'attrait de la ville auprès des planificateurs nationaux et internationaux.

L'engagement commun de promouvoir Ottawa, de tirer parti des initiatives de voyage, de soutenir les ambassadeurs locaux et de maximiser les retombées de la participation conjointe aux salons professionnels contribue à consolider la position d'Ottawa comme destination de premier plan pour les congrès et les réunions.

(Cette planification est en lien avec la LO — Priorités n° 1, 2, 12 et 13)

ARAMARK – PARTENARIAT DE SERVICE POUR LES INSTALLATIONS

Le CCO, à la suite d'un processus d'appel d'offres public, a conclu un accord renouvelé de 10 ans avec Aramark Canada Ltée pour la prestation de services intégrés de soutien au CCO. En vertu de cet accord, Aramark gérera toutes les opérations de traiteur, de vente au détail et de restauration au CCO, tout en collaborant avec les planificateurs de réunions et d'événements pour concevoir les plans de salle, configurer les espaces événementiels et assurer la mise en place et la réalisation des événements. Du côté des installations, Aramark supervisera les opérations du bâtiment, notamment l'entretien de l'ingénierie et de la mécanique, l'entretien ménager et l'entretien des espaces extérieurs.

La réputation du CCO comme centre des congrès de classe mondiale est renforcée par l'excellence de son service à la clientèle et de ses offres de produits, gérés par Aramark. Le sondage de satisfaction des clients constitue une mesure clé de ce succès. L'année dernière, le CCO a obtenu un score exceptionnel de 4,9 sur 5, basé sur les commentaires des clients concernant la satisfaction globale, la fidélité et la valeur perçue pour le prix payé. Aramark maintient constamment qualité et fiabilité dans un secteur régi par des normes exigeantes.

(Cette planification est en lien avec la LO — Priorités n° 4 et 5)

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

Le CCO, à la suite d'un processus d'appel d'offres public, a conclu un partenariat renouvelé de 10 ans avec Encore Global Events (Canada) SRI. Encore continuera d'agir comme fournisseur principal de services technologiques pour les événements, offrant une gamme complète de solutions incluant l'audiovisuel (AV), les technologies de l'information et des communications (TIC), les services Internet et de télécommunications, l'affichage numérique, la production d'événements et les solutions pour événements hybrides ou virtuels. Cette approche globale et intégrée offre aux clients du CCO une solution clé en main unique pour leurs besoins en technologie événementielle, renforçant ainsi l'avantage concurrentiel du CCO pour attirer des congrès et des événements majeurs.

La technologie est un facteur déterminant dans l'attraction et la sécurisation de congrès dans un contexte de forte demande et de concurrence accrue. Les services clé en main d'Encore permettent au CCO de répondre aux attentes des clients tout en générant des revenus de commissions, une contribution financière significative. Depuis avril 2011, Encore a soutenu environ 95 % des événements du CCO, maintenant constamment de hauts standards professionnels. Le partenariat repose sur deux objectifs clés : (i) maximiser la part de marché et la croissance des revenus d'Encore, et (ii) maintenir un service à la clientèle exceptionnel. Pour atteindre ces objectifs, le CCO et Encore opèrent selon un modèle collaboratif de ventes et de services qui évolue en réponse aux besoins changeants des clients.

Encore priorise la satisfaction des clients grâce à son programme obligatoire de formation « Delivering World Class Service » et à son système de sondages post-événement, qui identifient les domaines d'amélioration continue. Le score actuel de satisfaction globale des clients est de 90,6 %. L'organisation investit également dans des solutions technologiques avancées, notamment Compass, une plateforme mondiale de gestion de la relation client, et Polaris, un système opérationnel intégré pour les événements. Ces outils améliorent la visibilité des ventes, la précision des rapports et l'efficacité opérationnelle, permettant au CCO et à Encore d'offrir une expérience client fluide.

(Cette planification est en lien avec la LO — Priorités n° 4 et 5)

APERÇU DE LA STRATÉGIES DE MARKETING ET COMMUNICATIONS

Alors que les opérations se stabilisent, les efforts de marketing du CCO pour 2026-2027 se concentreront sur la notoriété de la marque Centre Rogers Ottawa. Bien qu'une année complète se soit écoulée depuis le changement de nom pour Centre Rogers Ottawa, des efforts restent à accomplir sur les marchés clés. En s'appuyant sur les enseignements et les succès des années précédentes, les stratégies de marketing seront affinées pour maximiser la portée et l'engagement. L'objectif principal est de mettre en valeur les caractéristiques distinctives du Centre et la valeur qu'il offre à ses marchés cibles.

L'approche sera centrée sur le renforcement de la notoriété de la marque, en soulignant ce qui distingue le Centre Rogers Ottawa grâce à un contenu convaincant diffusé sur plusieurs plateformes. La collaboration avec les associations industrielles se poursuivra pour élargir la portée et maintenir des relations solides avec les clients existants, en veillant à ce qu'ils restent informés et engagés. De plus, le Centre Rogers Ottawa approfondira ses liens avec les parties prenantes clés, en tirant parti de leur soutien pour amplifier la présence de sa marque.