



2015 : L'ANNÉE DU SPORT

COMITÉ OLYMPIQUE CANADIEN RAPPORT ANNUEL





SPORT RASSEMBLEUR

De toute évidence, le pouvoir du sport a touché le Canada tout entier en 2015. Le Comité olympique canadien s'est efforcé d'intensifier les moments forts de l'année pour unir le pays sur la route des Jeux olympiques.





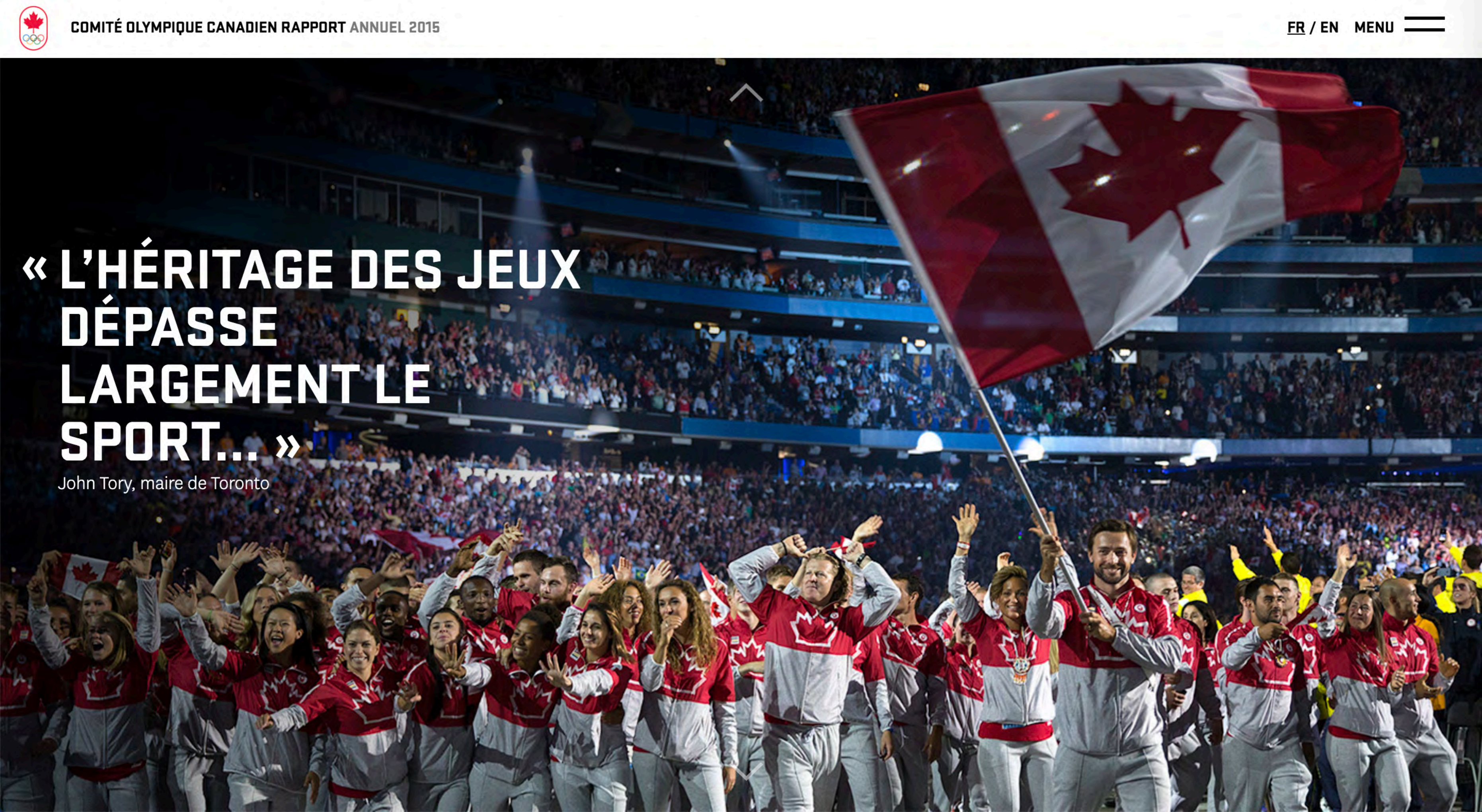
« ÇA FAIT CHAUD AU CŒUR DE SE FAIRE DIRE PAR UN ENFANT :
« UN JOUR, JE VEUX ÊTRE COMME TOI. » »

Gavin Smellie, équipe canadienne d'athlétisme



« PORTER L'UNIFOLIÉ ET
ÊTRE NÉ AU CANADA
EST UN PRIVILÈGE. »

Michelle Russell, équipe canadienne de canoë-kayak



« L'HÉRITAGE DES JEUX DÉPASSE LARGEMENT LE SPORT... »

John Tory, maire de Toronto



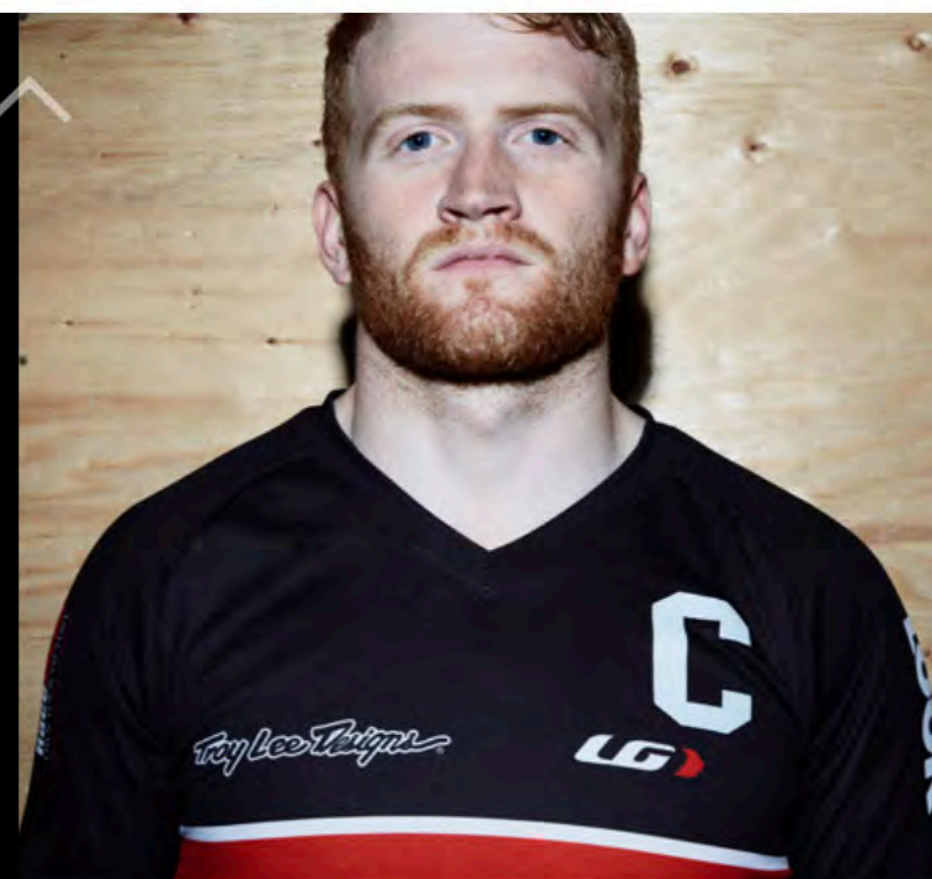
JALONS FRANCHIS EN 2015

Quatre jalons importants ont été franchis sur le parcours sportif du Canada en 2015. Ces initiatives de collaboration ont rapproché les Canadiens du Mouvement olympique, permettant de renforcer la nation par le pouvoir du sport.



#MaintenantOuJamais

Le 22 avril, #MaintenantOuJamais, la première campagne de marketing entièrement intégrée, conçue pour les Jeux panaméricains, a ménagé une place bien spéciale pour les athlètes de haute performance d'été dans le cœur et l'esprit des Canadiens.



Le COC a collaboré étroitement avec l'équipe du marketing de TO2015 pour donner une visibilité sans précédent aux athlètes panaméricains du Canada. La campagne a recueilli six millions d'empreintes médiatiques, 700 millions d'empreintes totales grâce aux publications et à l'engagement numériques, 250 000 visionnements de vidéos et 55 000 tweets avec le mot-clic #NowOrNever (#MaintenantOuJamais).



« J'AIME CETTE
INVITATION À PASSER
À L'ACTION. C'EST
EXTRAORDINAIRE
D'EN FAIRE PARTIE. »

Mark Oldershaw, porte-drapeau de l'équipe canadienne, canoë-kayak

La campagne a été entièrement intégrée dans l'initiative numérique du « Club olympique » du COC, en engageant les partisans et en leur remettant des récompenses.





L'image des athlètes a accompagné leurs familles et amis pendant toute la durée de TORONTO 2015. Ceux-ci ont vu la campagne prendre vie dans l'atmosphère de la Maison du Canada.



#MaintenantOuJamais est également la toute première campagne de collaboration avec la Fondation olympique canadienne, qui en a partagé les coûts, les ressources et les moyens d'action.

Ayant pour thème « le parcours de l'athlète » du parc au podium, la version de la Fondation olympique canadienne était une invitation concrète à passer à l'action pour appuyer les aspirants athlètes olympiques du Canada à l'aide de dons. Grâce au COC et à la Fondation, les Canadiens de partout au pays ont vu et entendu les récits des athlètes et des espoirs du Canada et été touchés par leurs histoires.





#MaintenantOuJamais est la première campagne de marque mettant en vedette une équipe des Jeux panaméricains pour créer un lien entre le Canada et ses athlètes sur la route des Jeux de Rio 2016.



JOURNÉE
EXCELLENCE
OLYMPIQUE
CANADA

Grâce à la participation de tous les paliers de gouvernement, la Journée Excellence olympique Canada (JEOC) a pu compter sur la présence de prestigieux dirigeants internationaux pour célébrer l'ouverture officielle de la Maison olympique canadienne au centre-ville de Montréal.



Parmi les participants, il y avait Thomas Bach, le président du Comité international olympique (CIO), 140 athlètes de la prochaine génération, 267 athlètes olympiques, 350 bénévoles et plus de 10 000 partisans.

L'événement entièrement intégré a dépassé le cadre des festivités à Montréal avec 200 millions d'empreintes médiatiques générées, dont 50 millions la journée même de l'événement.

« LA MAISON OLYMPIQUE CANADIENNE INSPIRERA UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'OLYMPIENS ... »

Justine Dufour-Lapointe, médaillée d'or olympique, Sotchi 2014, ski
acrobatique



La Fondation olympique canadienne était le bénéficiaire du dîner-conférence Sport mondial, où la somme de 1,5 million \$ a été amassée pour soutenir le développement des athlètes canadiens de la prochaine génération.

En plus du soutien des entreprises, nous avons pu compter sur l'aide des gouvernements fédéraux, provinciaux et municipaux en termes de développement régional et économique, d'infrastructures, d'éducation et de tourisme.





Le personnel du COC de Montréal et trois fédérations nationales de sport – Boxe Canada, Karaté Canada, Triathlon Canada [Triathlon Montréal] – utilisent quotidiennement les bureaux et la salle Lausanne.



La Journée Excellence olympique Canada a uni des milliers de Canadiens au cœur du Mouvement olympique et jeté les bases d'un avenir sportif prospère pour le pays.



TORONTO 2015



En accueillant les Jeux panaméricains, le Canada a reconfirmé son expertise dans l'organisation de compétitions multisports exceptionnelles à domicile. Le pays a aussi réalisé la meilleure performance de son histoire en récoltant 219 médailles et en atteignant sa cible, le deuxième rang du classement général.



Dans le but d'améliorer la performance du Canada, le COC a décidé d'investir encore davantage dans les Jeux, fort de l'appui de la première contribution du gouvernement fédéral.



Réunissant 715 athlètes, il s'agissait de la plus importante équipe canadienne jamais envoyée à des jeux multisports.



Le groupe a uni ses forces pour inscrire 12 records des Jeux panaméricains et réussir neuf doublés or et argent.





L'engagement a connu un tel succès que les plateformes numériques de l'équipe canadienne ont généré 600 millions d'empreintes médiatiques gratuites.

Le lancement de l'uniforme de La Baie d'Hudson a orienté la conversation sur les Jeux panaméricains et récolté plus de 22,8 millions d'empreintes totales, dont 8 millions d'empreintes médiatiques, 4,9 millions d'empreintes numériques et 9,9 millions d'engagements des partisans dans la campagne #MaintenantOuJamais.

Grâce à une conversation aussi riche, le site Web et les plateformes des réseaux sociaux de l'équipe canadienne sont devenus le point de convergence des Canadiens pendant les Jeux.

Durant cette période, l'équipe a bénéficié d'une couverture sportive sans précédent, alors que les producteurs de contenu du COC ont couvert 36 sports et 48 disciplines, donnant ainsi l'occasion aux partisans canadiens de vivre l'expérience des Jeux comme s'ils y étaient, et en plaçant les athlètes au centre de la conversation.





Le patriotisme a enflammé le centre-ville de Toronto, concentré autour de la première Maison du Canada des Jeux panaméricains mise en place par l'équipe des Événements.



Site principal d'hospitalité des athlètes et de leurs familles et amis, la Maison du Canada a offert une atmosphère chaleureuse pour l'ensemble de l'équipe canadienne pendant les Jeux. L'endroit est aussi devenu une destination clé des médias en organisant quotidiennement les célébrations des médaillés, les points de presse et les entrevues.

Ces efforts ne sont que quelques exemples de la façon dont l'équipe des Communications a réussi à engendrer 100 millions d'empreintes médiatiques pendant les Jeux avec l'aide de la première application mobile du guide des médias exclusivement numérique qui ciblait expressément les journalistes pour mieux partager l'histoire de l'équipe canadienne.

Nos partenaires commerciaux ont contribué au succès de la Maison du Canada en offrant des services et des produits essentiels pour accompagner les amis et les familles des athlètes. Les droits de nos partenaires ont été protégés comme jamais auparavant en raison de la présence d'un encadrement strict des droits commerciaux.

La Fondation olympique canadienne s'est servie de TORONTO 2015 sur toutes les plateformes possibles et a accueilli plus de 150 donateurs à 20 événements. Ces efforts ont permis de s'associer plus de 800 nouveaux donateurs.

Un sondage effectué après les Jeux a démontré que 98,5 pour cent du personnel sentait avoir contribué au succès de l'équipe de façon utile. L'équipe de Technologie de l'information a permis à tous les groupes d'accomplir leurs tâches sans problème, en concevant, installant, configurant et soutenant toutes les infrastructures technologiques et applications pendant les Jeux.





Les Jeux panaméricains de 2015 à Toronto
représentent un chapitre important de
l'histoire sportive du Canada.



Série de l'excellence olympique



Cette année et comme jamais auparavant, la Série de l'excellence olympique (SEO) et le Sommet des médias ont contribué à paver la voie des Jeux olympiques de 2016 à Rio pour l'équipe canadienne.



La Série de l'excellence olympique a trois objectifs : unir et inspirer l'équipe canadienne avant Rio 2016, partager des stratégies pour performer sur demande et transmettre les derniers renseignements du comité d'organisation et des différents programmes du COC.



L'équipe de projet réunie pour donner vie à la Série de l'excellence olympique est un bel exemple de coopération entre tous les services du COC.

En étroite collaboration avec notre partenaire de diffusion officiel, CBC/Radio-Canada, l'équipe des communications a organisé un Sommet des médias exceptionnel où, en une seule journée, 21 médias et 61 athlètes ont produit un total de 695 segments avec la participation du personnel du COC. L'initiative a offert un accès illimité aux médias, qui seront en mesure de bien raconter l'histoire de l'équipe canadienne. Cette stratégie minimise les distractions médiatiques pour les athlètes pendant leur entraînement en vue de Rio 2016.



Le contenu intégré et la représentation judicieuse de la marque dans l'ensemble des services du Sport, des Communications, des Médias numériques et des Partenariats de marketing ont joué un rôle déterminant dans la qualité de l'événement. Les TI ont pour leur part réalisé des outils pour la création, le suivi et l'exécution des tâches nécessaires au bon déroulement de la SEO.

Présente lors du Carrefour de la Série de l'excellence olympique, la Fondation olympique canadienne (la Fondation) a expliqué son mandat aux athlètes en plus de les aider à s'inscrire au programme de bourses HBC.

Le personnel du COC a offert aux athlètes une formation intéressante et éducative sur la façon de gérer leur marque personnelle, avant et pendant les Jeux, en planifiant leurs communications, en gérant les médias, en maximisant leur usage des réseaux sociaux et en guidant les partenaires dans l'application de la règle 40.





L'autre objectif du Carrefour était de faire connaître aux athlètes les initiatives de nos partenaires dont ils profitent directement : Athlètes branchés de Bell, Altitude Podium Air Canada, Plan de match, Famille et amis des athlètes Petro-Canada, rabais Hilton et Second chez-soi de Canadian Tire.



AIR CANADA



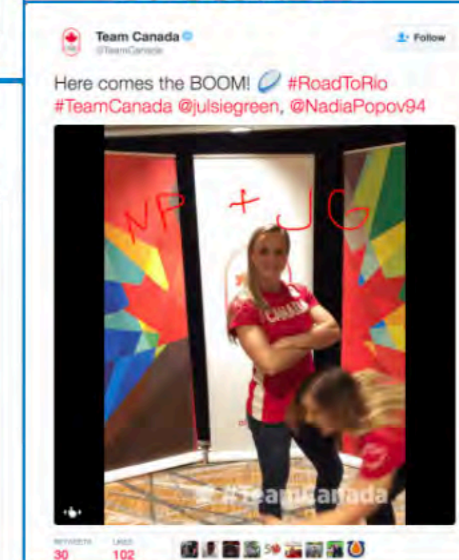
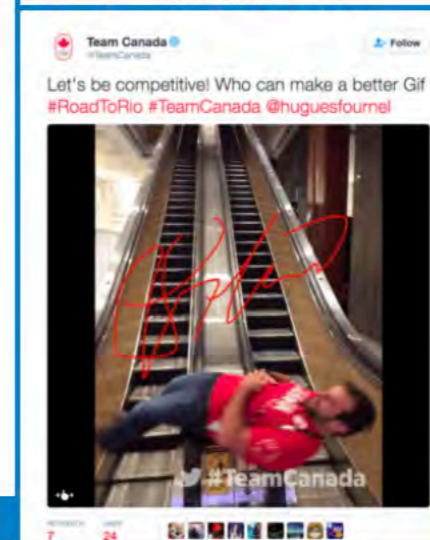
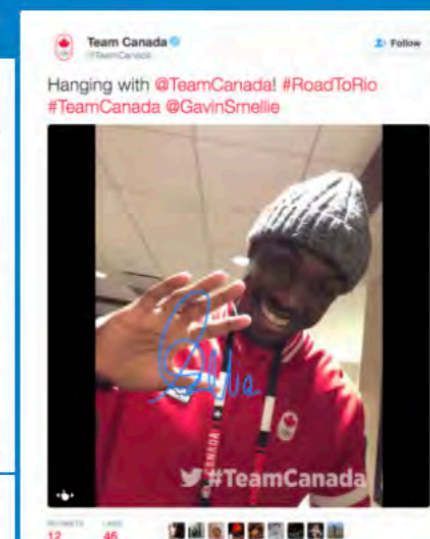
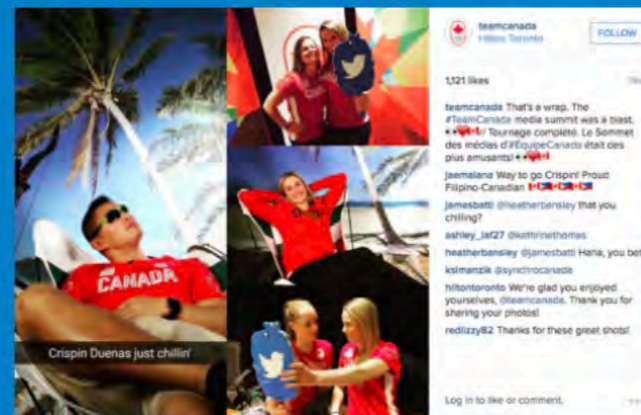
GAME PLAN
PLAN DE MATCH

PRESENTED BY | PRÉSENTÉ PAR

Deloitte.



La Série de l'excellence olympique et le Sommet des médias ont évolué en incluant tous les membres de l'équipe des Médias numériques qui ont récolté 28 millions d'empreintes médiatiques à l'aide de nouvelles activations marketing.





La Série de l'excellence olympique et le Sommet des médias 2015 ont montré à nouveau qu'Équipe Canada est plus forte lorsqu'elle est unie par un objectif commun.



UNIS DANS L'AVENTURE

Les grands moments, le travail acharné et les événements déterminants ont témoigné en 2015 du pouvoir du sport pour rassembler et inspirer notre nation. Ensemble et unis, notre cheminement olympique a pris son élan vers les Jeux olympiques de 2016 à Rio, et au-delà.





OLYMPIQUE.CA

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

L'an dernier, le gouverneur général a proclamé que le grand thème de 2015, Année du sport, serait " Le Canada : une grande nation sportive " .



Pour concrétiser cette aspiration, le Comité olympique canadien et l'ensemble de la communauté sportive se sont donné la mission d'établir un système sportif solide d'un océan à l'autre. Cette entreprise commune a connu un franc succès en plus de jeter les bases de l'esprit de collaboration que le COC entend redéfinir à l'avenir.

Le travail d'équipe donne de bien meilleurs résultats. En travaillant en équipe, nous serons mieux organisés, plus efficaces et nos efforts seront mieux ciblés.

Les Jeux panaméricains, et nos bons résultats sur le terrain de compétition et à l'extérieur, témoignent du progrès que nous avons accompli. À Toronto, l'équipe canadienne a livré la meilleure performance de son histoire à des Jeux panaméricains en récoltant 219 médailles, enregistrant 12 records panaméricains et neuf doublés or et argent. Les visiteurs, la presse ainsi que les athlètes ont salué l'hospitalité offerte au reste des Amériques, confirmant une fois de plus que, tous critères confondus, le Canada a sa place parmi les meilleures nations sportives au monde.

Notre succès dans l'aire de compétition ne s'est pas limité aux Jeux panaméricains.

Dans les épreuves qui figurent au programme des prochains Jeux olympiques, nos athlètes ont remporté 18 médailles des championnats du monde de sports d'été et 24 des championnats du monde de sports d'hiver. Au terme de l'année 2015, 19 sports avaient

obtenu leur laissez-passer pour les Jeux de Rio. Nous avons de quoi être très fiers de ces résultats.

Au sein du COC, toutefois, de sérieuses menaces au bien-être de notre personnel et à la qualité de notre milieu de travail ont fait surface.

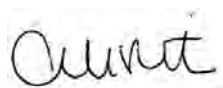
L'année tirait à sa fin quand nous nous sommes retrouvés en conflit avec les valeurs qui sont au cœur même de notre organisme : l'excellence, le respect et l'intégrité. Sans elles, nos athlètes, le COC et l'ensemble de la communauté sportive ne sont pas en position de réaliser leurs ambitions olympiques. De surcroît, sans ces valeurs, le COC n'est pas en mesure d'incarner l'esprit de l'olympisme que nous servons : une philosophie fondée sur l'interaction des qualités du corps, de la volonté et de l'esprit. Ce n'est pas tout de gagner des médailles.

C'est pourquoi notre organisation a écouté, compris et assimilé, totalement et irrévocablement, les leçons dures et élémentaires de la dernière année en toute humilité et bienveillance. Nous redoublerons d'ardeur dans l'esprit de l'olympisme en nous relevant et en faisant peau neuve. Nous sommes déterminés à offrir un milieu de travail sécuritaire et à nous améliorer, en philosophie et en pratique, jusqu'à avoir l'assurance que les moindres secteurs de notre communauté sportive sont sécuritaires, sains et solides. À titre de présidente du COC, je me suis engagée à diriger ces changements avec respect et intégrité pour tous, et dans toutes nos entreprises.

Pour ce qui est des Jeux de Rio qui approchent à grands pas, la planification du COC va bon train. La passion, le dévouement et l'aplomb des personnes qui travaillent ici me donnent raison de croire que le Canada vivra des Jeux mémorables. Comme toujours, nous sommes résolus à nous dépasser pour soutenir les performances de l'équipe canadienne à Rio. Je sais que vous vous joindrez à moi pour souhaiter la meilleure des chances à nos athlètes qui se préparent pour les Jeux.

En conclusion, je tiens à remercier chacun d'entre vous pour votre engagement indéfectible envers le Mouvement olympique au Canada. Vous jouez un rôle important au sein de notre équipe.

Cordialement,



Tricia Smith

MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION

Au cours des dernières années, le système sportif canadien a de toute évidence acquis un poids et un statut indéniables.



Ensemble, nous avons fait des pas de géants. Le sport de haute performance reçoit davantage de financement, et celui-ci est plus prévisible et systématique. Sans être parfaits, nous collaborons mieux et plus, et de façon générale, nous avons commencé à trouver l'équilibre dans certains champs d'action où il faisait auparavant défaut. Nous accomplissons davantage avec notre argent, ensemble et en partenariat, avec et pour nos fédérations nationales de sport, en collaboration avec Sport Canada et À nous le podium et, par le fait même, pour les athlètes et entraîneurs de nos fédérations sportives en offrant une gamme de services et de perspectives plus étendues que jamais.

Nous ne pouvons nier qu'en 2015, nous avons fait face à des défis de taille qui ont eu des répercussions dans la grande famille.

Nous ferons mieux désormais. Pour le moment, il va de soi que nous profitons de l'occasion pour faire le point sur nos réalisations collectives et mettre en place des méthodes plus efficaces, stratégiques et avisées d'administrer l'argent et les ressources dont nous disposons. Toutes les crises ouvrent la voie à des possibilités nouvelles, et je suis convaincu qu'avec votre soutien, nous saurons mettre à profit les leçons tirées des derniers mois pour notre bien à tous, ainsi que pour les années à venir.

Personnel du COC, partenaires de marketing et partenaires sportifs, vous avez été admirables à tous les instants. Votre appui et votre aide nous ont permis de persévérer, et nous vous en remercions. Ensemble, nous apporterons maintenant les changements nécessaires à la protection des valeurs du Mouvement olympique au Canada. Votre soutien, crucial pour nous, témoigne de votre dévouement passionné, de votre engagement et de votre appui au Mouvement olympique. Nous ne vous remercierons jamais assez pour votre ouverture, votre sincérité et votre soutien. Ils n'ont jamais été aussi importants pour notre organisation.

Et bien entendu, il y a eu les nombreux moments dont nous pouvons être fiers.

La plus grande équipe jamais réunie a livré la meilleure performance de l'histoire, l'été dernier, comme pays hôte, lors des Jeux panaméricains de 2015 à Toronto. Elle a ainsi réaffirmé la force du Canada sur la scène internationale. Pendant ce temps, les athlètes des Jeux panaméricains se sont retrouvés sous les projecteurs comme jamais auparavant, et leurs récits ont interpellé les Canadiens partout au pays. Il ne fait aucun doute que ces Jeux à domicile ont contribué à faire valoir le pouvoir du sport dans notre pays.

Nous continuons à nous servir des moments comme ceux-ci pour faire jouer notre travail au-delà de l'aire de compétition. En 2015, nous avons fait avancer le programme #UneÉquipe en rassemblant des leaders du sport international, du milieu des affaires, du gouvernement et du milieu universitaire pour discuter des thèmes qui touchent les athlètes LGBTQ à tous les niveaux de compétition. Ceux qui donnent les meilleures performances ont baigné dans des environnements où ils ont eu l'occasion d'être eux-mêmes.

L'automne dernier, nous avons annoncé le lancement de Plan de match, un programme de mieux-être et de transition destiné aux athlètes de haute performance canadiens qui leur donnent de nouveaux outils dans leur quête de l'excellence pendant et après leur carrière compétitive. Le besoin d'un programme comme celui-ci se fait sentir depuis très longtemps. Plan de match permet aux athlètes de prendre le contrôle, de décider de leur parcours vers le podium et de planifier leur stratégie de sortie à la fin de leur carrière sportive.

Ces succès communs stimulent notre Équipe olympique canadienne sur la route des Jeux de Rio. Grâce à l'appui soutenu de nos partenaires gouvernementaux et partenaires de marketing, et appuyés par le remarquable travail que vous faites pour développer les athlètes de classe mondiale du Canada, nous pouvons maintenant centrer notre attention sur les Jeux olympiques de 2016 à Rio, prêts à réaliser tout le potentiel de notre pays. Le parcours s'annonce extraordinaire pour chacun d'entre nous.

Nous sommes impatients de célébrer nos succès communs de la prochaine année en votre compagnie.

Mes salutations cordiales,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Chris Overholt". The signature is fluid and cursive, with the first name "Chris" and the last name "Overholt" clearly distinguishable.

Chris Overholt

SPORT

CONCEVOIR LE SUCCÈS – ENSEMBLE

Le tout est plus grand que la somme de ses parties. —
Aristote



EXCELLENCE DU SYSTÈME

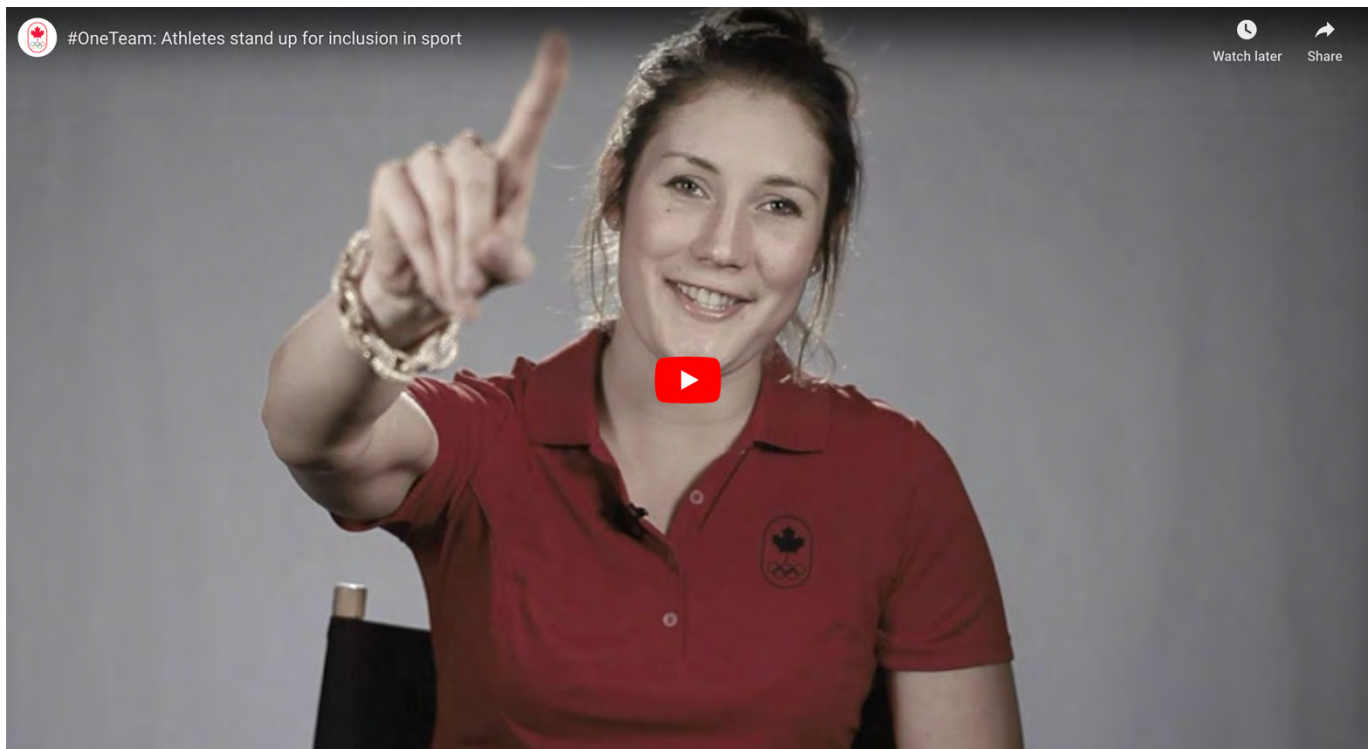
PARTENARIATS ET HARMONISATION — Le COC s’est engagé davantage envers ses 68 partenaires au cours de la dernière année. Ceux-ci comprennent les fédérations nationales de sport (FNS), le gouvernement du Canada, À nous le podium (ANP), le Réseau des instituts du sport olympique et paralympique (RISOP) du Canada, le Comité paralympique canadien (CPC), le Centre canadien pour l’éthique dans le sport (CCES), WinSport, le Conseil des Jeux du Canada, l’Association canadienne des entraîneurs (ACE) et B2dix. La coopération du COC avec les divers gouvernements provinciaux a également progressé.

RELATIONS SPORTIVES — Les FNS sont à la base du système sportif canadien. Le COC se voit comme un partenaire de performance ainsi qu'un investisseur, et il collabore avec la communauté sportive pour l'exploitation, le marketing, la marque et les collectes de fonds. Par l'entremise de l'Initiative de renforcement des FNS, le COC a appuyé 82 projets répondant à quatre priorités stratégiques : production de revenus/économie de coûts, leadership, outils spécialisés et harmonisation. En 2015, le COC a accueilli avec grand plaisir Boxe Canada, Karaté Canada et Triathlon Canada sous son toit, pour tirer profit du bureau de Montréal dans le cadre de l'initiative d'incubation des FNS.

LEADERSHIP DES ATHLÈTES ET ENTRAÎNEURS — Le COC est particulièrement fier du lancement de Plan de match, un programme de bien-être et de transition destiné aux athlètes de haute performance qui leur donnent de nouveaux outils dans leur quête de l'excellence pendant et après leur carrière compétitive. Le programme est une collaboration entre les partenaires du COC, dont le CPC, le RISOP du Canada et le gouvernement fédéral. En 2015, il y a eu 1 834 participations d'athlètes à des activités de représentation, dont 825 athlètes et 956 athlètes olympiques retraités à l'occasion de 336 événements, comparativement à 1 371 participations en 2014. Le COC est constamment à la recherche de moyens de faire connaître et reconnaître les entraîneurs. En collaboration avec À nous le podium et l'Association canadienne des entraîneurs, nous avons mis sur pied le Programme de perfectionnement des entraîneurs de concert avec des FNS ciblées.



ÉDUCATION, JEUNESSE ET COMMUNAUTÉ (EJC) — Un des plus importants changements aux programmes du COC, en 2015, a été l'intégration de l'équipe Éducation, jeunesse et communauté à la division du Sport. L'équipe a entrepris plusieurs initiatives clés, cette année, dans le cadre du Programme scolaire olympique canadien : les programmes Défi actif olympique canadien et Joueurs marquants dans le cadre du mouvement Actifs à l'école, conjointement avec Canadian Tire, l'initiative #UneÉquipe, en collaboration avec Égale et You Can Play, ainsi que l'initiative Jouez gagnant!, en partenariat avec l'Institut national du sport du Québec. Cette année, les célébrations de la Journée olympique ont eu lieu à Montréal, Richmond et Corner Brook et ont pu compter sur la participation globale de plus de 7 500 jeunes.



JEUX - EXCELLENCE EN MATIÈRE DE PERFORMANCE

LILLEHAMMER 2016 — En 2015, nous avons consacré beaucoup de temps à la planification des Jeux olympiques de la jeunesse d'hiver (février 2016). La triple olympienne et médaillée olympique Isabelle Charest a été nommée chef de mission, et l'olympien des Jeux de 2010 à Vancouver, Eric Mitchell, jeune ambassadeur. La triple olympienne et double médaillée olympique Christine Nesbitt a été nommée athlète modèle par l'ISU et le CIO.

RIO 2016 — L'objectif du Canada est de terminer parmi les 12 meilleurs pays au classement général des médailles aux Jeux olympiques de 2016 à Rio. Pour ce faire, le COC a signé un protocole d'entente avec le comité d'organisation brésilien pour permettre aux deux parties de collaborer à des buts communs pendant les Jeux. Carol Huynh a été nommée chef de mission adjointe pour appuyer le chef de mission Jean-Luc Brassard, un rôle où elle excellera sans aucun doute à offrir un soutien exceptionnel à l'équipe et à la guider. Le Canada s'attend à envoyer une équipe de plus de 300 athlètes à Rio, ce qui fera d'elle l'une des plus grandes équipes canadiennes à participer à des Jeux olympiques.

PYEONGCHANG 2018 — Nous entretenons d'excellentes relations avec le comité d'organisation des Jeux et d'autres organismes en Corée, y compris le Comité olympique coréen, l'ambassade du Canada et la Chambre de commerce du Canada. Les partisans peuvent aussi s'attendre à de nouvelles épreuves au programme olympique de 2018 avec l'ajout des épreuves de curling mixte, de départ simultané en patinage de vitesse sur longue piste, de big air en surf des neiges et de ski alpin par équipes.

MARKETING

GRANDS MOMENTS CANADIENS

L'impulsion a tellement d'importance aux yeux des athlètes et des entraîneurs du Canada. En partageant leurs récits, nous pouvons montrer au reste du monde tout le pouvoir de cette impulsion.



COMMUNICATIONS ORGANISATIONNELLES

Le service des Communications a eu l'occasion de raconter l'histoire de la plus grande équipe jamais réunie par le Canada. Au fur et à mesure que l'équipe s'est concrétisée et a excellé, le groupe des Communications a veillé à ce que cette histoire demeure d'actualité longtemps avant et après les Jeux.

Après le lancement réussi de la campagne #MaintenantOuJamais de l'équipe canadienne, le groupe des Communications a organisé le dévoilement d'une quarantaine de

nomination d'athlètes de l'Équipe des Jeux panaméricains par les fédérations nationales de sport. Cette entreprise titanesque s'est soldée par une couverture importante pour toutes les FNS.



L'équipe des Communications du COC a également produit d'excellents résultats pendant TORONTO 2015. L'entretien avec les médias tous les matins est à l'origine de plus de 100 millions d'empreintes médiatiques. C'est avec un franc succès que les médailles gagnées et les nouvelles et renseignements relatifs aux Jeux ont été transmis à l'aide de produits de communication ciblés. Voici d'autres statistiques impressionnantes:

@TEAMCANADAPR:

2.54 millions d'empreintes sur Twitter

2293 nouveaux abonnés

APPLICATION MOBILE DU GUIDE DES MÉDIAS:

Plus de **5000+** usagers (impression de **256** guides pour Sotchi)

L'équipe des Communications du COC s'est appuyée sur le succès des Jeux panaméricains pour élaborer un plan de communication détaillé pour la candidature de Toronto en vue des Jeux de 2024. Le plan comprenait la publication de plusieurs textes d'opinion et entrevues dans divers médias.

Après TORONTO 2015, Plan de match a été la plus importante initiative du COC en 2015. Du point de vue des communications, le lancement a connu un énorme succès avec la récolte de 20 396 614 empreintes.

En préparation pour les Jeux olympiques de 2016 à Rio, l'équipe des Communications a organisé un Sommet des médias très réussis où 21 organismes médiatiques et 61 athlètes ont produit un total de 695 segments avec la participation du personnel du COC.

L'histoire des athlètes canadiens a de toute évidence été amplifiée pendant l'Année du sport, et elle continue à être entendue par des millions de Canadiens.

MARQUE



En 2015, les grands objectifs de l'équipe de la Marque ont été le développement et la mise en œuvre entièrement intégrés. La campagne #MaintenantOuJamais a été au centre de nos efforts, et nous retiendrons avoir utilisé le potentiel de l'arsenal complet du marketing du COC. Lancée le 22 avril 2015, la campagne judicieusement nommée a atteint ses trois grands objectifs:

1. Faire connaître les athlètes et entraîneurs canadiens;
2. Mousse les ventes de billets de TORONTO 2015;
3. Amplifier chaque moment des Jeux panaméricains.

Une constante de toutes les campagnes du COC, l'organisme s'efforce d'inclure davantage de sports et d'athlètes. La campagne #MaintenantOuJamais n'y fait pas exception avec la représentation des sept disciplines et 14 athlètes : plongeur (Meaghan Benfeito, Roseline

Filion), gymnastique artistique (Victoria Moors, Kevin Lytwyn), athlétisme (Christabel Nettey, Brittany Crew), ski nautique (Whitney McClintock), cyclisme sur piste (Allison Beveridge, Annie Foreman-Mackey, Kirsti Lay, Stephanie Roorda), tir à l'arc (Crispin Duenas), canoë de vitesse (Mark Oldershaw) et BMX (Jim Brown).

Nous avons développé des produits médiatiques, dont des publicités et des publicités d'avant programme de 15, 30 et 60 secondes, des photographies originales (action, portraits, en coulisse et extérieures) et des bannières publicitaires numériques.

ÉVÉNEMENTS



En collaboration avec la plupart des services du COC, l'équipe des Événements a organisé des réunions du conseil d'administration et de la Session, des ateliers des partenaires, des annonces médiatiques et des activités d'accueil exemplaires tout au long de l'année.

Toujours à l'affût de possibilités d'amélioration, l'équipe des Événements a tenu un catalogue de documents évolutifs pour améliorer l'efficacité des processus relatifs à la conception, la logistique et l'organisation des événements du COC. Des demandes de propositions aux cheminements essentiels, listes de vérification et plans directeurs de production, ces documents ont grandement contribué à l'uniformité de la planification des événements.

L'équipe des Événements est toujours en contact avec les invités, ce qui fait d'elle le visage de plusieurs initiatives importantes au cours de l'année. Voici certains des principaux programmes et projets réalisés:

- Réunions du conseil d'administration et de la Session;
- Organisation de la cérémonie de remise de médaille à Kamloops, en Colombie-Britannique, où Dylan Armstrong a reçu sa médaille de bronze des Jeux olympiques de 2008 à Beijing;
- Deux ateliers des partenaires;
- Annonces d'équipes en vue des Jeux panaméricains de 2015 à Toronto;
- Ateliers et événements de préparation olympique en vue de TORONTO 2015, Rio 2016 et PyeongChang 2018;
- Tournoi de golf 2015 avec les représentants de nos partenaires;
- Lancement officiel du programme Plan de match et soutien du premier Sommet Plan de match.

À l'occasion de ces projets très variés, l'équipe des Événements a collaboré étroitement avec plusieurs autres services du COC afin de comprendre et de satisfaire leurs besoins uniques, tout en maintenant l'excellence de la marque et en assurant une expérience supérieure à nos invités.

PARTENARIATS DE MARKETING



En 2015, l'équipe des Partenariats de marketing a concentré ses efforts sur cinq initiatives clés :

1. RENOUVELLEMENTS ET NOUVELLES INITIATIVES — La fin de la période quadriennale des partenariats arrivant à grands pas, l'équipe a donc orienté ses activités sur les renouvellements et la stabilité financière. Les partenaires privilégiés comme Canadian Tire et La Baie d'Hudson ont déjà signé jusqu'en 2020, et l'équipe a annoncé le renouvellement de Deloitte pour une collaboration sans précédent de 16 ans. Deux nouveaux partenaires, Morneau Shepell et Rock-It Cargo, viennent grossir les rangs. Les discussions avec d'autres partenaires à propos d'investissements à long terme auprès de l'équipe canadienne ont fait beaucoup de progrès.

2. TORONTO 2015 — L'engagement des partenaires était fort pendant les Jeux panaméricains, grâce à des initiatives d'apprentissage, d'accueil et d'activation pilotées par le COC. Le programme d'apprentissage des partenaires offrait à la haute direction de nos principaux partenaires des séances d'explications sur mesure et un aperçu, dans les coulisses, des principales activités du COC. Pour plusieurs, il s'agit d'un premier contact avec le travail concret du COC, et nos partenaires savent dorénavant mieux comment leurs investissements soutiennent les athlètes de haute performance avant et pendant les Jeux. Les partenaires de marketing du COC ont également contribué au succès de la Maison du Canada en offrant des services et produits essentiels à la famille et aux amis des athlètes.

En préparation pour les Jeux, le COC et TO2015 ont travaillé ensemble pour bien encadrer les droits afin de permettre l'activation appropriée des droits de marketing de nos partenaires et amplifier la programmation mutuelle de nos partenaires en ligne pendant les Jeux. Grâce à la formation approfondie des intervenants avant TORONTO 2015, il y a eu très peu d'infractions aux droits de la marque.

3. RIO 2016 — Les partenaires de marketing ont confirmé leur soutien et leur engagement envers le sport et les athlètes au Canada par l'entremise de leurs programmes de 2015 dont la Journée Bell Cause pour la cause, la campagne des mitaines rouges de La Baie d'Hudson, Plan de match, l'événement #runmore d'adidas, le programme FACE de Petro-Canada, le programme de bourse Un avenir en couleurs HBC et le Prix de l'Athlète de l'année.

Les ateliers, les séances de planification proactive en privé et le voyage de familiarisation à Rio ont aidé nos partenaires à solidifier leurs plans pour l'activation de l'Équipe olympique canadienne des Jeux olympiques de 2016 à Rio, incluant l'intégration à la Maison olympique du Canada.

4. LICENCES — Dorénavant jumelé à une équipe responsable des licences, le groupe des Partenariats s’est affairé à chercher de nouvelles initiatives en fonction de ses quatre piliers de développement stratégiques pour Rio et au-delà :

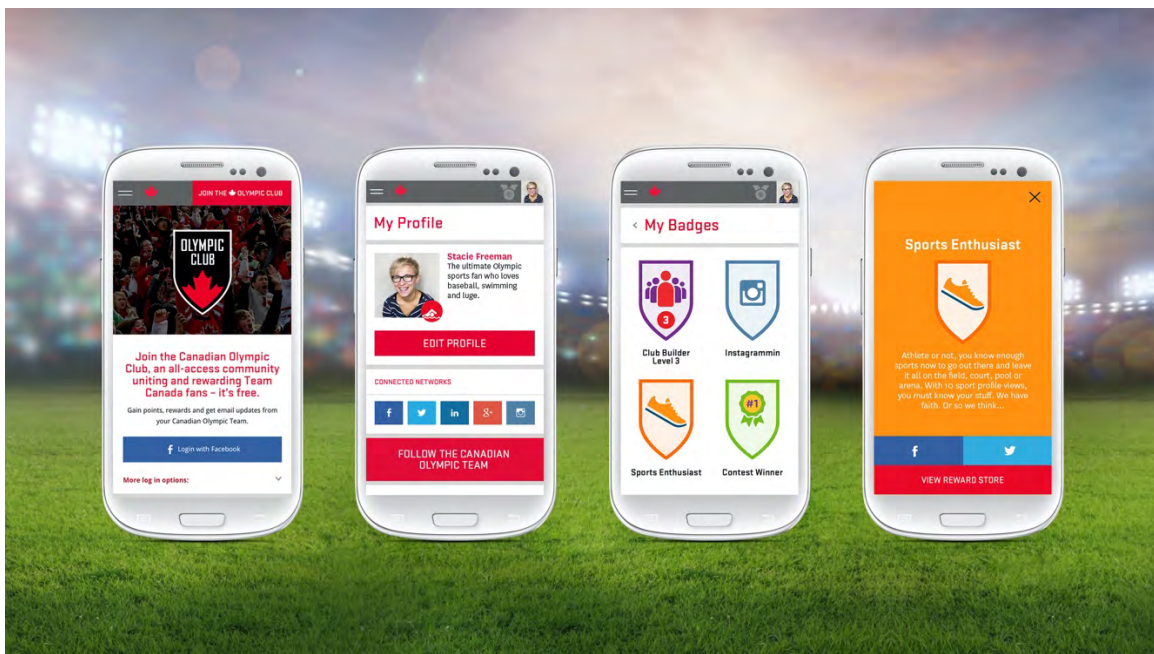
1. Développement de catégories et partenariats existants – progrès en cours;
2. Ajout de nouvelles catégories et licences – nouvelles licences officielles accordées dans la catégorie des peluche;
3. Expansion des canaux de distribution – étude d’une solution de commerce en ligne de premier ordre;
4. Exploration de la croissance dans la Famille olympique – nouvelle collection héritage en collaboration avec le CIO.

5. PARTENARIATS STRATÉGIQUES — L’équipe a finalisé des ententes et mis en application des modèles de commandites en collaboration avec plusieurs partenaires stratégiques, dont l’Expérience olympique de Richmond (ROX), le Réseau des instituts du sport olympique et paralympique (RISOP) du Canada, Plan de match et les partenariats avec les FNS pour les essais olympiques. Une campagne éducative a été entreprise auprès des FNS au sujet des aspects commerciaux des règles 40 et 50 en vue de Rio 2016. Le COC a renouvelé sa relation avec deux partenaires indispensables : le CIO et CBC/Radio-Canada, diffuseur officiel des Jeux au Canada jusqu’en 2024 avec qui le COC se réjouit de transmettre les valeurs olympiques au Canada et de raconter encore l’histoire des athlètes canadiens aujourd’hui et pendant de nombreuses années à venir.

MÉDIAS NUMÉRIQUES

La mesure du succès de l’équipe des Services numériques du COC a été amplifiée en 2015 par un nombre grandissant de partisans ainsi que l’intérêt des entreprises canadiennes. Il s’agit du résultat d’une stratégie avant-gardiste et d’initiatives de classe mondiale:

CLUB OLYMPIQUE CANADIEN — Le Club olympique canadien, lancé le 1er juillet 2015 donne à l’équipe l’occasion de tisser des liens privilégiés avec les athlètes, les sports et les partisans en tout temps. Il s’agit d’une communauté ouverte à tous qui unit et récompense les partisans de partout au pays. Le « stade numérique », un fan-club numérique, mobile et social de prochaine génération, fondé sur les médias sociaux et la ludification, est le premier en son genre pour un Comité national olympique. À la fine pointe de l’industrie selon toutes les normes du sport professionnel, il offre des prix physiques, des récompenses sur les médias sociaux, l’inscription aux concours en un clic et du contenu exclusif.



Il s'agit du premier fan-club officiel de l'équipe canadienne et il connaît un franc succès:

- Plus de 126 000 usagers;
- Les partisans qui récoltent des points en étant actifs sur Olympique.ca ont accumulé 5,8 millions de points, témoignant d'une augmentation massive de l'engagement de notre bassin existant;
- Depuis son lancement le 1er juillet, les récompenses de 43 partenaires ont récolté plus de 30 millions d'empreintes, 162 000 inscriptions et 366 000 pages vues.

RÉSULTATS DE LA FIN DE L'ANNÉE 2015 DES — Chef de file médiatique, l'équipe des Services numériques du COC a la capacité de raconter l'histoire des athlètes et du sport de façon unique.

- Olympic.ca et Olympique.ca : 3,8 M (anglais) + 700 K (français) = 4,5 M de pages vues;
- Facebook : 747 K abonnés;
- Twitter : 517 K (anglais), 17 K (français) = 534 K abonnés (deux fois plus que la cible fixée);
- YouTube : 7,5 K abonnés;
- Instagram : 73 K abonnés;
- Snapchat : 1 K abonné;
- Club olympique : + de 126 K;
- Abonnés au bulletin par courriel : 316 K (huit listes comptant des doublons).

Les plateformes bien implantées de l'équipe canadienne (Facebook et Twitter) nous donnent accès à des communautés en ligne qui font l'envie des autres CNO et médias. Le nombre total d'abonnés de l'équipe canadienne sur Twitter équivaut à celui de TSN et dépasse ceux de Sportsnet et de CBC Sports, preuve de la solidité et de la puissance de la marque du COC.

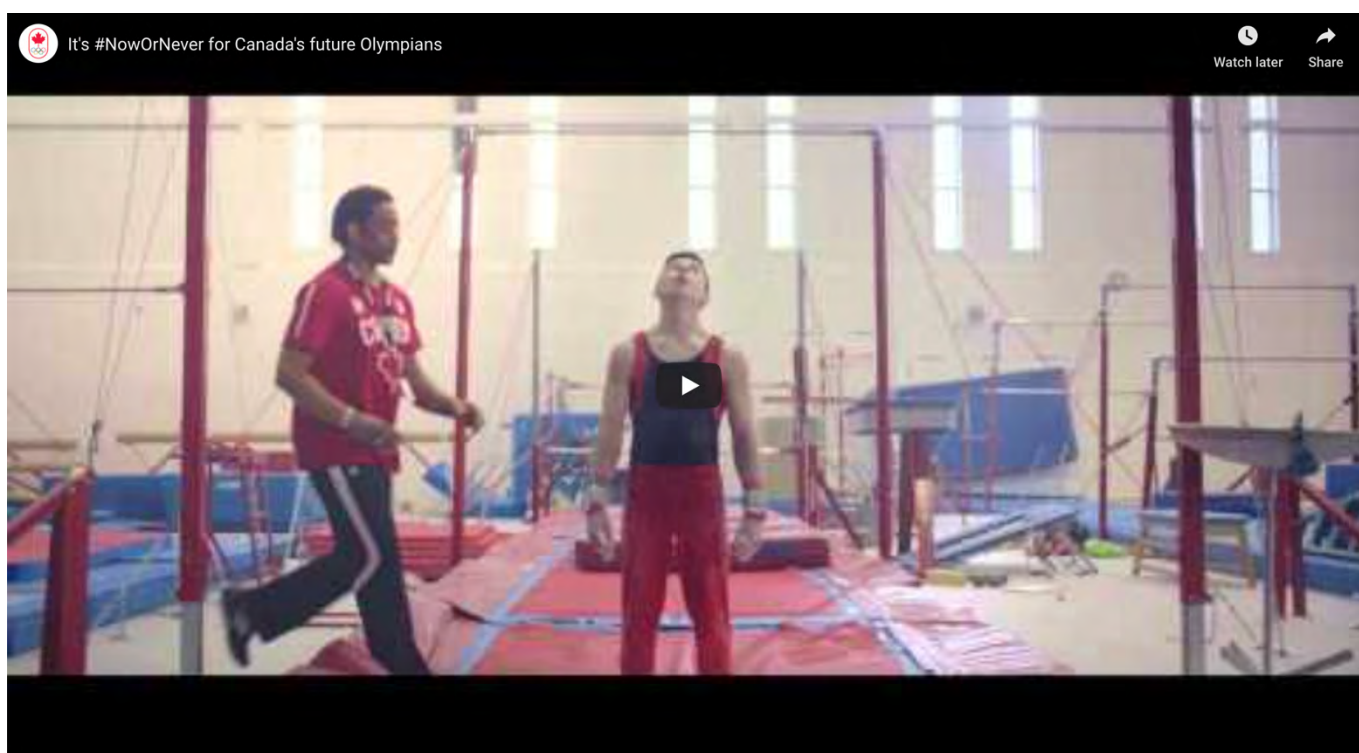
ACTIVATIONS NUMÉRIQUES DES PARTENAIRES CLÉS — Notre plateforme est en pleine croissance et les activations du COC rejoignent davantage d'amateurs de sport canadiens pour ses partenaires. Voici certains programmes numériques de grande valeur de nos partenaires :

- 12 jours de Komak (activation inventée à l'occasion des Fêtes) : 8,8 millions d'empreintes récoltées par l'équipe canadienne;
- Lancement de la campagne des mitaines rouges : 18,7 millions d'empreintes avec les mots-clics #Mitainesrouges et #RedMittens;
- Lancement de l'uniforme La Baie d'Hudson : 4,9 millions d'empreintes récoltées par le contenu de l'équipe canadienne;
- Journée Bell Cause pour la cause : 19 millions d'empreintes récoltées par le contenu de l'équipe canadienne;
- Concours BMW Advanced Driver Training : 1 300 personnes ciblées et dignes d'intérêt avec un pouvoir d'achat pour s'inscrire au concours;
- La campagne du frigo à bière de Molson qui a commencé à la moitié des Jeux panaméricains a reçu 22 000 inscriptions.

FONDATION

FAÇONNER L'HISTOIRE D'UNE NOUVELLE GÉNÉRATION

Il ne s'agit pas que de donner de l'argent pour soutenir le succès olympique, il faut aussi comprendre le parcours des athlètes.



En 2015, la Fondation olympique canadienne a accordé la priorité au marketing et à la notoriété de sa marque. Au-delà du lancement d'une campagne de la marque fructueuse et entièrement intégrée, en collaboration avec les Jeux panaméricains de 2015 à Toronto, la Fondation s'est servie des Jeux comme jamais auparavant pour communiquer avec les Canadiens sur une variété de plateformes. Ces efforts ont donné lieu à 6,2 millions d'empreintes médiatiques gratuites, une augmentation de 200 pour cent du trafic sur le site Web et plus de 800 nouveaux donateurs. Parmi les 800 nouveaux donateurs, 178 font des dons mensuels et permettent d'amasser annuellement 30 000 dollars additionnels.

Toujours en 2015, les événements de nos partenaires ont été essentiels au succès de la Fondation. FANFIT, le Défi de mise en forme olympique canadien, a donné le coup d'envoi du calendrier des événements de la Fondation en mars. Plus de 350 participants se sont rendus au Centre des Jeux du Canada, à Halifax, pour se mesurer à des olympiens et des athlètes de haute performance. L'événement, dirigé par l'olympien Andrew Russell, a récolté plus de 30 000 \$ pour les athlètes canadiens. À la suite de son succès dans les provinces de l'Atlantique, FANFIT est en pleine croissance et aura lieu à Halifax et à Toronto en 2016.

L'événement Des Chefs en or a célébré son dixième anniversaire en 2015. Grâce à 10 événements régionaux, le concours a récolté plus d'un million de dollars, orienté les efforts de collecte de fonds et offert des occasions de prospection de donateurs pour la Fondation.

En 2015, les relations avec les partenaires de marketing étaient en plein essor. Les programmes bien établis de nos partenaires, comme la campagne des mitaines rouges de La Baie d'Hudson, le programme d'essai de voitures BMW Motorrad ainsi que le financement égal de nos partenaires à l'occasion de notre campagne des fêtes (La Baie d'Hudson, Petro-Canada et Canadian Tire Corporation) ont été la principale source de revenus. Pour une première fois, la Fondation a collaboré avec adidas à l'occasion de la course de 10 km #runmore. Quelque 600 participants étaient de la partie et ont permis d'amasser près de 21 000 \$.

OPÉRATIONS

TOURNÉS VERS L'AVENIR

Notre plus grand succès est de donner la possibilité à nos employés d'accomplir de grandes choses.

RESSOURCES HUMAINES

La plainte pour harcèlement déposée contre l'ancien président a révélé des faiblesses et des manquements dans la fonction des ressources humaines du COC. À la suite de la démission du président, le conseil d'administration a retenu les services des experts en droit du travail de la firme Rubin Thomlinson pour mener un examen approfondi du milieu de travail dans le but de fournir une orientation claire à des fins d'amélioration. Les examinateurs ont mené une centaine d'entrevues et ont évalué sévèrement les pratiques du COC en matière de ressources humaines. Le rapport sommaire recommandait des changements en profondeur afin de renforcer les politiques relatives au milieu de travail, aux procédures et à la gouvernance. Le conseil d'administration a accepté toutes les recommandations à l'unanimité et a immédiatement commencé à les mettre en place. La nouvelle présidente a dévoilé publiquement le rapport sommaire et présenté ses excuses au personnel pour les manquements du COC.

Des décisions ont été prises pour relever l'expertise en matière de ressources humaines au sein de l'organisation en se mettant à la recherche d'un gestionnaire supérieur des ressources humaines pour encadrer les changements nécessaires. Ceux-ci comprennent le renforcement des politiques et de la tenue de dossiers en matière de ressources humaines, une formation obligatoire et exhaustive sur le harcèlement, l'instauration d'une politique sur la dénonciation ainsi qu'un mécanisme pour permettre aux employés de déposer des plaintes anonymes.

Un examen de la gouvernance a également été commandé pour examiner la responsabilité plus en profondeur. Les experts de Watson Inc. ont conclu qu'un examen de la gouvernance était nécessaire, et le conseil d'administration a accepté la recommandation

d'embaucher un secrétaire spécialisé à temps plein pour fournir son expertise et mener un examen complet de la gouvernance. À la recommandation des experts, le conseil d'administration a aussi accepté la surveillance de la fonction des ressources humaines et la clarification du rôle du conseil d'administration par rapport à celui de la présidence pour garantir l'équilibre du pouvoir.

Par ailleurs, un sondage sur l'engagement des employés a été mené à l'été 2015, et les résultats de ce sondage seront utilisés pour développer d'autres plans d'action afin d'améliorer les politiques, programmes et processus du COC en matière de ressources humaines en 2016. Le groupe PULSE a aussi repris ses activités en 2015. Chapeauté par les Ressources humaines, ce groupe a pour objectif d'aider à instaurer et renforcer une culture saine en milieu de travail. Le groupe est aussi devenu une tribune confidentielle pour partager des idées, évaluer différentes options et faire des propositions à l'équipe de direction sur des sujets qui tiennent à cœur au personnel.

Dans le cadre de notre programme #UneÉquipe, l'équipe des ressources humaines a donné la formation sur l'inclusivité LGBTQ à l'ensemble du personnel des deux bureaux. Grâce au soutien d'Égale Canada, notre partenaire en matière d'inclusivité, les séances ont été informatives tout en encourageant la conversation ouverte entre les participants et les animateurs. Les séances ont couvert tous les aspects du thème, allant de la terminologie jusqu'au climat actuel pour les athlètes LGBTQ au Canada, en passant par les moyens de rendre son travail plus ouvert et plus inclusif pour tous.

ÉTATS FINANCIERS

État non consolidé des résultats
pour l'exercice clos le 31 décembre 2015
(en milliers de dollars)

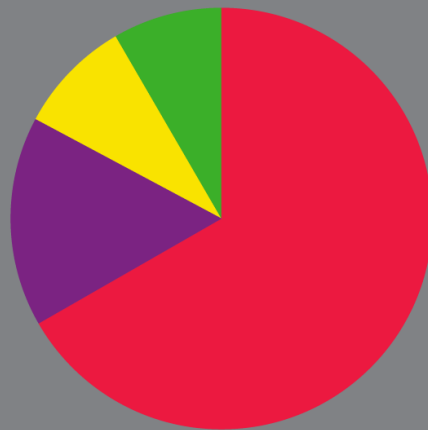
	2015	2014
	\$	\$
ACTIFS		
Actif à court terme		
Trésorerie	19,963	18,358
Débiteurs et dépôts	9,424	5,174
	<hr/>	<hr/>
	29,387	23,532
Placements	165,803	160,482
Immobilisations	3,272	2,835
	<hr/>	<hr/>
Total des actifs	198,462	186,849
PASSIF		
Passif à court terme		
Créditeurs et charges à payer	9,160	5,311
Produit reporté	6,313	6,066
	<hr/>	<hr/>
Total du passif	15,473	11,377
SOLDE DES FONDS		
Grevés d'une affectation d'origine externe		
Fonds de bourses d'études du flambeau olympique de Petro-Canada	9,123	8,977
Fonds de dotation olympique pour les entraîneurs	12,277	11,747
	<hr/>	<hr/>
	21,400	20,724
Fonds d'administration		
Grevés d'une affectation d'origine interne		
Fonds de la famille olympique canadienne	143,526	140,203
Investi dans des immobilisations	3,272	2,835
Non affectés	14,791	11,710
	<hr/>	<hr/>
	161,589	154,748
Total des soldes de fonds	182,989	175,472
	<hr/>	<hr/>
Total du passif et des soldes de fonds	198,462	186,849

État non consolidé de l'évolution des soldes de fonds
pour l'exercice clos le 31 décembre 2015
(en milliers de dollars)

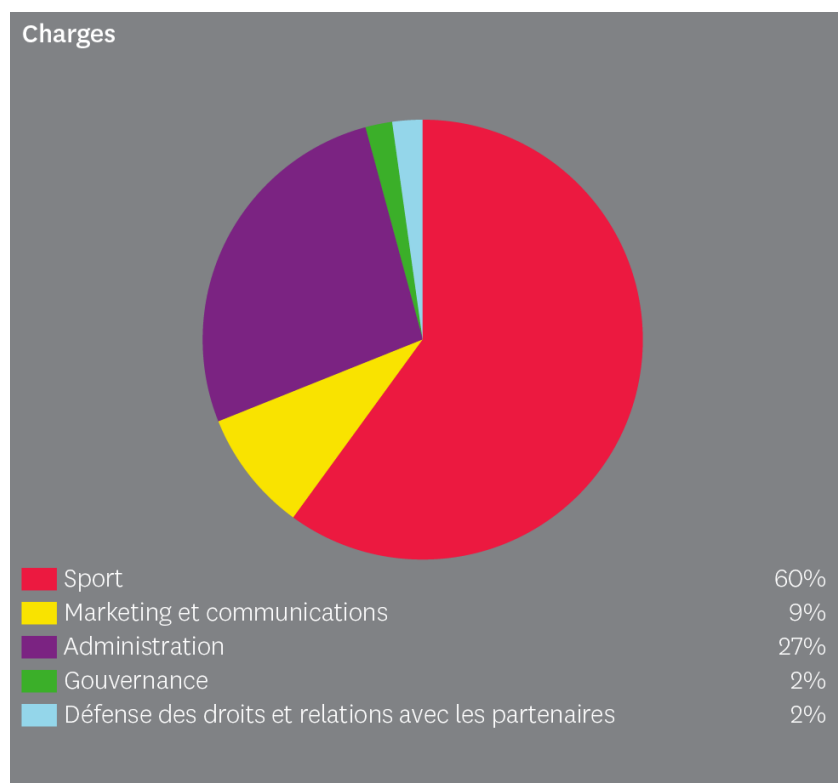
	2015	2014
	\$	\$
Produits		
Produits provenant des partenaires et des activités de marketing	40,244	38,069
Gain sur placements	14,185	17,896
Subventions, dons et autres	7,074	7,453
Produits totales	61,503	63,418
Charges		
Charges liées aux programmes et de fonctionnement	52,228	49,338
Subventions et charges afférentes	990	839
Frais de gestion de placements	768	677
Total des charges	53,986	50,854
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	7,517	12,564

2013 - 2016 Plan quadriennal (estimation)

Produits



Recettes provenant des partenaires	66%
Contributions et fonds distincts	16%
Subventions et autres	9%
Fondation olympique canadienne	8%



TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

L'équipe des Technologies de l'information (TI) a excellé, en 2015, en améliorant les systèmes gouvernant les mécanismes de l'organisme.

Ce faisant, l'équipe a mené une vérification de la sécurité et une évaluation de la vulnérabilité de toutes ses ressources technologiques, et elle a été en mesure de confirmer l'absence d'exposition et de vulnérabilité majeures.

L'équipe des TI a également entamé le développement d'un portail destiné au COC pour simplifier la collecte et la communication des données et renseignements pertinents concernant la logistique pour les athlètes et les entraîneurs. Il s'agit d'une étape importante pour l'équipe, et le système a été lancé à temps pour les Jeux olympiques de la jeunesse d'hiver de 2016 à Lillehammer.

CONSEIL D'ADMINISTRATION



Tricia Smith
Présidente



Peter R. Lawless
Vice-Président



Wayne Russell
Trésorier



Therese Brisson
Administratrice



Jeff Christie
Représentant De La Commission
Des Athlètes



Charmaine Crooks
Administratrice



Martha Deacon
Administratrice



Kevin Gilmore
Administrateur



Stephen Podborski
Administrateur



Anthony Eames
Administrateur



Adam Van Koeverden
Représentant De La Commission
Des Athlètes



Gordon Peterson
Administrateur



Richard W. Pound
Membre Du CIO



Walter Sieber
Administrateur



Hayley Wickenheiser
Membre Du CIO