



RAPPORT ANNUEL 2017

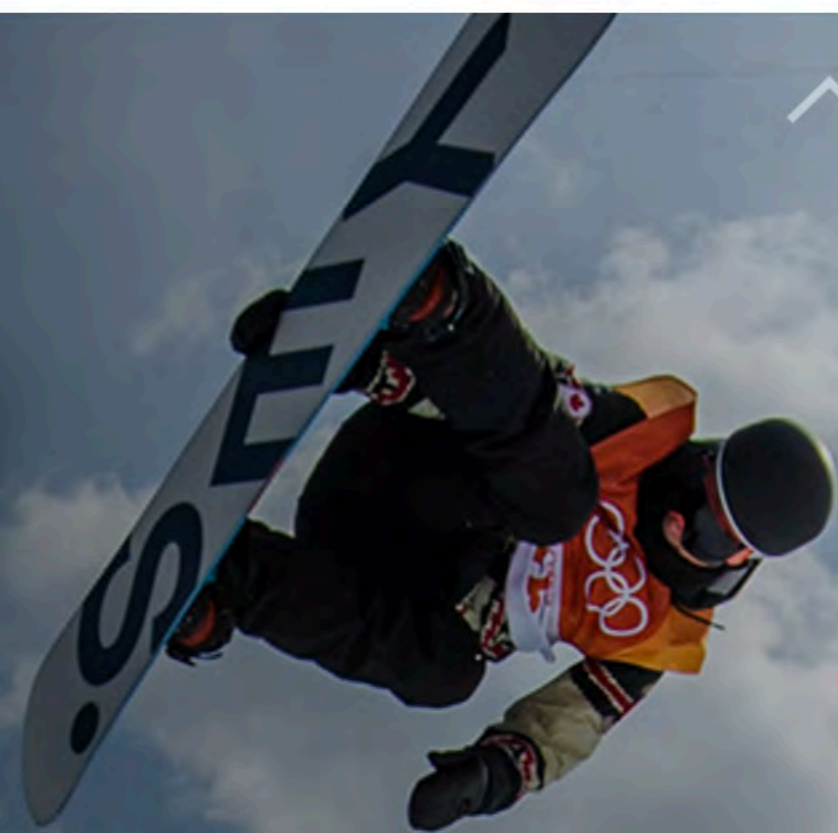
COMITÉ OLYMPIQUE CANADIEN





INSPIRER PAR LE SPORT

Grâce aux performances de nos athlètes à l'approche de PyeongChang et au travail collaboratif de la communauté sportive du Canada en 2017, nous vivons une période de croissance continue dans nos activités et dans le sport. Nous sommes engagés envers notre vision à long terme qui est de voir l'inclusion et le changement positif devenir une réalité pour le Canada.





NOS VALEURS :

SOIS RESPONSABLE
SOIS EXCELLENT
SOIS PASSIONNÉ
SOIS RESPECTUEUX
SOIS COURAGEUX





MOMENTS MARQUANTS DE 2017

Trois réalisations importantes de la dernière année ont démontré comment notre travail intégré est en train de créer un avenir prometteur dans le sport canadien.



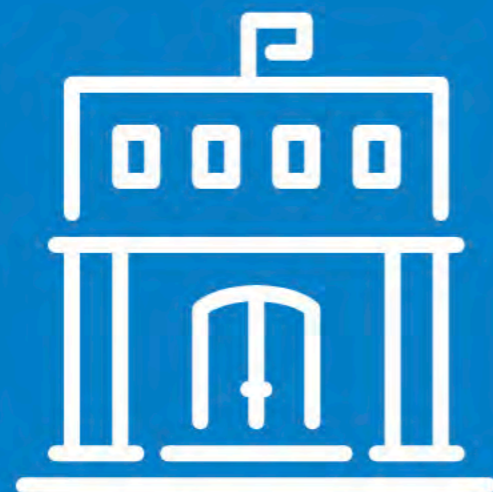
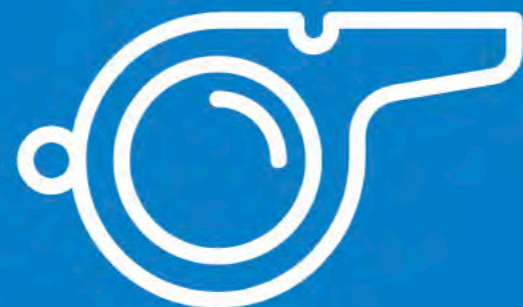


FINANCEMENT DE LA PROCHAINE GÉNÉRATION

Le 21 juillet, le gouvernement canadien a annoncé le financement de la prochaine génération d'athlètes olympiques et paralympiques. Des montants de 5 millions \$ du gouvernement du Canada, de 4 millions \$ du Comité olympique canadien et de 1 million \$ du Comité paralympique canadien viendront appuyer les athlètes olympiques et paralympiques.



Ce financement soutiendra les athlètes olympiques et paralympiques qui ont démontré un potentiel de médaille en vue de prochains Jeux olympiques et paralympiques.



CE QUE CELA SIGNIFIE POUR LES ATHLÈTES DE PROCHAINE GÉNÉRATION :

- ✓ Aide financière
- ✓ Accès à des entraîneurs de qualité
- ✓ Meilleures installations d'entraînement
- ✓ Programmes d'entraînement améliorés
- ✓ Investissement dans la science et la médecine du sport



LAB OLYMPIQUE SOMMET DES MÉDIAS



En juin 2017, le Sommet des médias d'Équipe Canada fut l'édition la plus importante en nombre et la plus engagée à ce jour. La présentation de ce méga-événement médiatique a été un travail d'équipe complet, tous les départements contribuant à sa croissance et à son succès retentissant. Les partenaires se sont également impliqués, plusieurs d'entre eux étant sur place pour produire leur propre contenu.



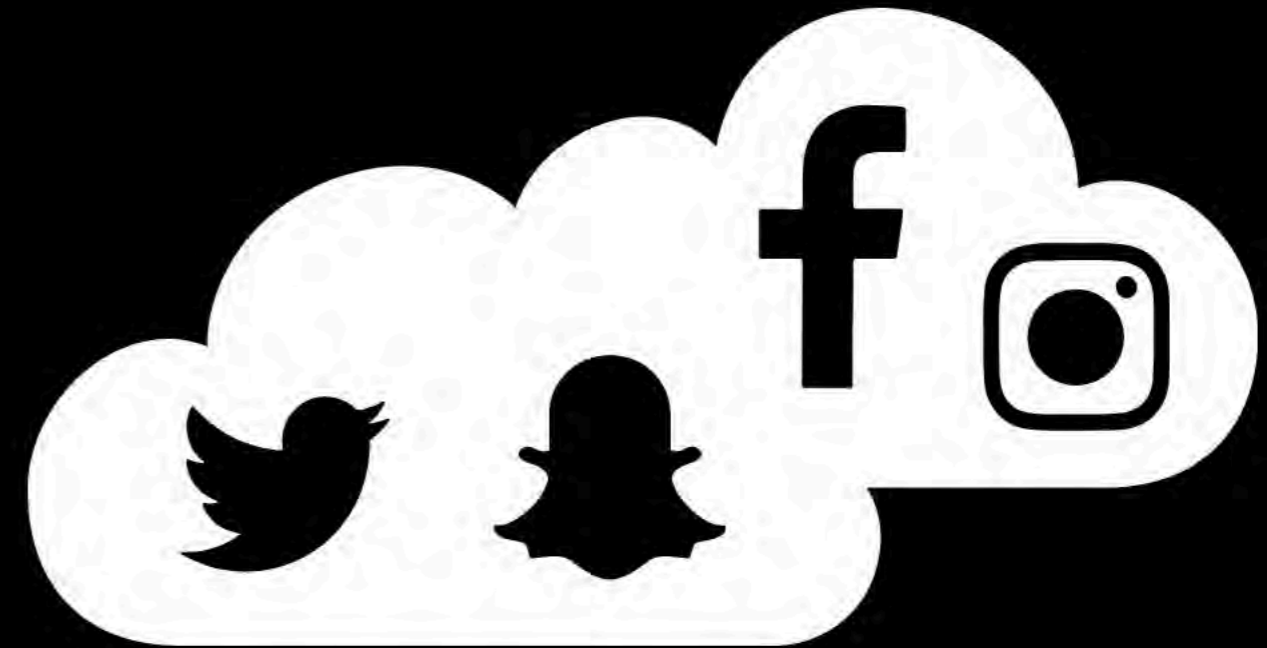
LE SOMMET DES MÉDIAS EN CHIFFRES:

- 2 jours
- 1 700 séances de contenu
- 97 athlètes
- 40 stations





Pour la première fois, des représentants de Facebook, Instagram, Snapchat et Twitter ont rencontré tous les athlètes pour les informer sur les meilleures pratiques et vérifier leurs comptes.



Le Lab olympique et le Sommet des médias ont également joué des rôles clés dans la préparation des athlètes canadiens à la veille de PyeongChang, alors que de l'information sur l'environnement des Jeux et d'autres informations importantes ont été transmises.





NATIONAL PARTNER
PARTENAIRE NATIONAL

PARTENARIATS





 AIR CANADA

Teck

Mondelēz
International

En 2017, l'équipe du COC a également obtenu plusieurs renouvellements de partenariats importants, ce qui témoigne des solides relations qui caractérisent notre stratégie globale de commandites.

Une tradition des plus appréciées après chaque édition des Jeux olympiques, la remise des bagues commémoratives officielles à tous les athlètes olympiques se poursuivra grâce à la générosité du partenaire du COC, Teck, qui a renouvelé son entente jusqu'en 2020.



Air Canada demeurera synonyme d'Équipe Canada, car la principale compagnie aérienne du pays a prolongé sa relation en tant que compagnie aérienne officielle de l'équipe olympique canadienne. Partenaire du COC depuis 2006, Air Canada continuera d'appuyer le Mouvement olympique au Canada jusqu'en 2020.



PYEONGCHANG ET AU-DELA

Avec de grands espoirs et un nombre record d'athlètes se rendant à PyeongChang en 2018, les efforts de l'année dernière ont permis au Canada de jouer un rôle de chef de file et de faire la différence sur la scène mondiale dans tous les sens du terme. Comme toujours, les préparatifs sont déjà en cours pour Tokyo 2020, où notre système engendrera et inspirera nos héros canadiens de demain.





OLYMPIQUE.CA

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

En 2017, la communauté sportive du Canada a prouvé qu'elle pouvait donner les moyens pour réussir et être un catalyseur de changement positif.



Alors que nous nous appuyons sur le succès de Rio 2016 en prévision de PyeongChang 2018, Équipe Canada est de plus en plus reconnue comme une force positive dans ce pays - une force qui unit et inspire les Canadiens - et les organisations se rassemblent pour soutenir le sport et les athlètes.

Je suis tellement reconnaissante envers tous nos partenaires.

Le monde des affaires de partout au Canada se joint à nos efforts non seulement en investissant généreusement dans le système, mais aussi en collaborant avec notre équipe de marketing de calibre mondial pour élaborer des programmes innovateurs visant à rehausser le système sportif.

Le niveau de soutien, qui va des initiatives de développement locales et de la prochaine génération, comme le Camp des recrues RBC qui travaille avec nos FNS pour découvrir les prochains héros olympiques, aux façons novatrices d'aider les athlètes à préparer leur transition vers leur vie professionnelle grâce à des programmes d'éducation et de travail comme Plan de match et le partenariat avec la Smith School of Business, continue à hausser la barre.

Je suis aussi inspirée par ce que nous avons accompli en 2017 que je suis enthousiasmée par ce que notre avenir nous réserve à PyeongChang et après les Jeux d'hiver.

Alors que nous célébrons à juste titre le succès de nos athlètes et de nos sports, nous avons également l'occasion d'examiner plus globalement la façon dont nous pouvons continuer à utiliser le sport comme moteur de changement positif dans la société canadienne.

Les Canadiens croient en l'égalité des chances pour tous, et le sport occupe une position unique pour défendre cette cause.

Le sport peut être un grand stabilisateur, en rassemblant les gens en offrant un espace où les différences individuelles peuvent être mises de côté et en fournissant une plateforme à laquelle nous pouvons tous nous associer : la lutte, les périple physiques et spirituels, la discipline, le travail acharné pour obtenir une plus grande récompense, le travail d'équipe, le plaisir.

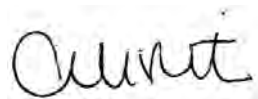
Le sport a le pouvoir de rassembler les gens et de façonner la vie de ceux qui y participent. Il leur donne les moyens.

Ce sont autant de raisons pour lesquelles nous devons redoubler d'efforts pour que le sport soit aussi un lieu d'inclusion où tous ceux qui y participent se sentent bien accueillis et puissent prospérer sans subir de discrimination, d'intimidation et de harcèlement.

Notre système national de sport reflète la place du Canada dans le monde en tant que porte-parole de l'intégrité, de l'inclusion, de l'ouverture et de l'égalité sociale, à une époque où les sociétés du monde entier ont tant besoin d'inspiration.

C'est une responsabilité et un privilège que nous avons la chance d'avoir.

Cordialement,



Tricia Smith

MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION

En 2017, nous avons invité les Canadiens à réfléchir à la signification de « Sois olympique ».



Pour certains, « Sois olympique » peut sembler un simple slogan dans le cadre de notre nouvelle campagne du COC créée par notre équipe de marketing, mais c'est beaucoup plus que cela. Alors que le puissant symbolisme du Mouvement olympique guide depuis longtemps tout ce que nous faisons au COC, il n'a jamais été défini de façon aussi simple et parfaite. Avec ces deux mots qui définissent désormais notre position, je tiens à vous remercier pour tout ce que vous faites chaque jour pour aider à concrétiser notre vision du Canada en tant que chef de file mondial du sport. En tant que nation, nous sommes tous inspirés et unis par la passion et la performance de l'équipe olympique canadienne.

Nos athlètes utilisent leur plateforme pour générer des changements positifs. Et tout comme les Canadiens en font la démonstration chaque jour dans ce grand pays, ils sont fiers de leur objectif et non de leur statut. Ils démontrent constamment une confiance

tranquille qui est emblématique de ce que la réputation du Canada est devenue dans le monde entier.

Bien que les années olympiques soient spéciales, j'ai toujours apprécié la préparation et le travail inlassable qui définissent les 12 mois qui précèdent les Jeux olympiques, et l'année 2017 ne fut pas différente. À l'approche de PyeongChang 2018, vous avez de nouveau démontré votre dévouement et votre détermination en ne ménageant aucun effort pour préparer notre équipe au succès.

Le soutien que reçoivent nos athlètes ne s'arrête pas là. Au cours de la dernière année, nos partenaires corporatifs ont continué de hausser la barre au nom du Mouvement olympique au Canada et de la fierté de notre pays. Une autre preuve du type de relations que nous cherchons à construire avec nos partenaires est de les voir renouveler leurs ententes et continuer leur périple avec nous. Nous sommes également heureux d'avoir eu la chance d'accueillir de nouveaux membres dans notre famille de partenaires en 2017.

“L'intégrité dans le sport exige que nous soyons inclusifs dans notre poursuite de l'excellence.”

Ensemble, nous pouvons rappeler au monde la signification de « Sois olympique ». Incarné par la vertu et les valeurs de nos athlètes, le Canada d'aujourd'hui est une nation enracinée dans une culture de diversité et d'inclusion inégalée dans le monde. L'impact merveilleusement positif du sport et de ses histoires qui inspirent si souvent les nations du monde à célébrer démontre ce que signifie aspirer à être meilleur.

La signification des anneaux olympiques dans le monde va bien au-delà du sport. Ils représentent ce que nous croyons : que le sport a le potentiel de transformer notre pays. C'est le grand rassembleur culturel du monde. Et ensemble, nous devrions faire tout ce que nous pouvons pour mettre le pouvoir du sport au service de notre pays et des générations d'enfants qui risquent d'être touchés par tout ce qu'il représente.

Les Canadiens considèrent nos athlètes comme des leaders et les valeurs olympiques, à bien des égards, comme une source de fierté pour une nation. Nos athlètes ont un rôle à jouer dans la façon dont nous pouvons faire passer ce pays au prochain niveau. Ils possèdent la capacité d'enflammer une génération et de les appeler à l'action. L'inspiration qu'ils fournissent au cours de leur périple brille bien plus que n'importe quelle médaille d'or.

Amicalement,



Chris Overholt

SPORT

LA FORCE DU NOMBRE

La croissance robuste de notre système sportif procure plus de possibilités à nos athlètes.



EXCELLENCE DU SYSTÈME

PLAN DE MATCH — Lancé en 2015, le programme innovateur Plan de match du COC est une initiative de mieux-être global de l'athlète pour aider les Olympiens à avoir une plus grande chance de succès pendant et après leur carrière sportive.

Grâce à de nombreuses consultations, la santé mentale, les connaissances financières et les carrières après le sport ont été identifiées comme étant des sujets de préoccupation pour ceux qui représentent le Canada sur la scène mondiale. En utilisant Plan de match, les Olympiens, les Paralympiens et les athlètes de l'équipe nationale, grâce au parrainage de Deloitte, ont accès à des ressources en matière de gestion de carrière, de santé mentale, d'éducation et de perfectionnement des compétences, ainsi qu'à un réseau de mentors.

“Le programme Plan de match reconnaît que les athlètes sont des personnes. De vraies personnes avec les mêmes peurs et les mêmes défis dans leur vie quotidienne que l'ensemble de la population.”

— Hayley Wickenheiser, quadruple championne olympique

En 2017, qui marquait la troisième année de ce programme, nous avons continué à sensibiliser et à rejoindre le plus grand nombre possible d'anciens athlètes et d'athlètes actuels. Cela a été fait grâce à des initiatives telles qu'un kiosque au Lab olympique, où nous avons recruté des athlètes pour qu'ils s'inscrivent sur le site Web de Plan de match tout en poursuivant le travail de sensibilisation.

Nous avons aussi lancé, en 2017, trois nouveaux programmes dans le cadre de Plan de match : les ambassadeurs de Plan de match (6 athlètes), la Maison des champions (11 athlètes) et le programme de mentorat (8 athlètes et 8 anciens). Tous ces programmes touchent aux différentes sphères de la vie d'un athlète et comptent sur des athlètes qui aident leurs pairs, les autres athlètes, à construire une communauté plus forte, tant dans le sport qu'au-delà du sport.

Nous optimisons et entretenons constamment nos relations avec les partenaires de Plan de match en trouvant des activations qui aident les athlètes et gardent les partenaires engagés. Les activités de Plan de match montrent aux athlètes et à nos partenaires à quel point le COC se soucie des athlètes. La Journée Plan de match au Canada prévue pour le 5 juin 2018 avec Deloitte, le programme de simulation financière RBC (lancement en 2018), l'événement de réseautage de la Smith School of Business (février 2018) et le cocktail de bienvenue de Morneau Shepell (Sommet 2018) sont des exemples d'événements prévus pour 2018.

POINTS SAILLANTS DE PLAN DE MATCH EN 2017

ÉVÉNEMENT / OBJECTIF

ÉVALUATION

Croissance du réseau des employeurs

Possibilités d'emploi ou de développement de carrière pour **44 athlètes**
75 entreprises ajoutées au réseau d'employeurs

Organiser des ateliers de réseautage et des activités de perfectionnement des compétences au niveau régional par l'entremise du RISOP

66 événements avec plus de **750 athlètes**

Accroître la sensibilisation à Plan de match

667 athlètes inscrits à monplandematch.ca
Augmentation moyenne de 30 % des abonnés sur toutes les plateformes de médias sociaux

Augmenter les possibilités d'éducation pour les athlètes	18 universités ont adhéré au réseau d'éducation de Plan de match
Inscription d'athlètes à la Smith School of Business	35 inscrits ou acceptés acceptés dans les programmes de la Smith School 95 athlètes dans le pipeline (s'informent ou en processus d'inscription)
Programme de mentorat	8 athlètes actuels & 8 anciens
Ambassadeurs de Plan de match	6 athlètes ont agi comme ambassadeurs de Plan de match

ACTIVITÉS DE MARKETING DES ATHLÈTES EN 2017 — Si l'on exclut les ententes de commandites personnelles, la participation à des activités de représentation des FNS et tout ce qui est externe au COC, les activités de marketing des athlètes pour l'année 2017 ont permis d'amasser plus de 1 million de dollars directement versé aux athlètes. Les principaux efforts découlaient de nouvelles activations pour les athlètes par nos partenaires corporatifs comme Cadillac Fairview et SAS.

L'EXCELLENCE DU SYSTÈME EN CHIFFRES — Services aux FNS et leadership

- Investissement de **\$3.9 MILLIONS** dans le cadre de l'Initiative de renforcement des FNS 2.0
- Touchant **70** projets
- Touchant **41** FNS de 2017 à 2020
- **2** sports sont devenus des FNS reconnues par le COC en 2017 (Canada Skateboard et CSA Surf Canada)

SOLIDARITÉ OLYMPIQUE — Projets soutenant les performances dignes du podium

- Un montant de **\$220 000** fournis dans le cadre du financement de Solidarité olympique
- Dans **21** projets de FNS pour la préparation en vue de PyeongChang 2018
- **4** athlètes recevront une bourse de 500 \$ par mois pendant trois ans pour soutenir leur préparation en vue de Tokyo 2020 (le programme a débuté en septembre 2017)

- Un montant de **\$100K US** reçus par l'équipe nationale féminine de hockey du Canada dans le cadre de la subvention des sports d'équipe d'hiver de Solidarité olympique en prévision de PyeongChang 2018.

PROJETS PODIUM PLUS

- Une subvention de **250 000 \$** de la Commission de la Solidarité olympique de Pan Am Sports servira à améliorer l'infrastructure au nouveau bureau de Toronto du COC
- **Quinze** chefs de direction ont participé au programme coopératif pour les chefs de direction (lancé en juin 2017)

JEUX – EXCELLENCE DU RENDEMENT

L'équipe des services aux sports travaille en étroite collaboration avec la Fondation et l'équipe des partenaires de marketing pour aider à identifier les programmes qui répondent aux besoins des fédérations nationales de sport et qui sont éclairés par nos objectifs de rendement globaux. Au cours de la dernière année, l'équipe des services aux sports a travaillé à harmoniser les processus de demande des partenaires de marketing afin de devenir plus efficace dans la sollicitation, le suivi et l'attribution des demandes de fonds des programmes de financement de partenariats de marketing.

Notre équipe des opérations des Jeux a contribué au déroulement efficace du Lab olympique et du Sommet des médias en s'occupant des éléments logistiques et d'inscription de l'événement. En outre, nous avons fait une présentation au groupe au sujet de l'environnement des Jeux à PyeongChang 2018 et à quoi on pouvait s'attendre sur place.

2017 fut une année qui a mis la table pour les Jeux de 2018, avec des activités en vue de l'exécution de la phase finale en 2018. Voici des statistiques qui aident à raconter notre histoire de 2017 :

- **4:** Nombre de visites officielles des sites en 2017 (n'inclut pas les multiples voyages « non-officiels » de membres du personnel du COC qui n'ont pas rencontré le comité organisateur)
- **2:** Nombre de séminaires de préparation et des opérations de l'équipe organisés
- **210:** Nombre de participants au Séminaire de préparation et des opérations de l'équipe (SPOE) pour l'ensemble des deux événements
- **14:** Nombre de conteneurs de marchandises envoyés à PyeongChang en décembre 2017
- **1:** des 4 comités olympiques nationaux invités à participer à la commission de coordination du CIO en septembre 2017

- **40+**: Nombre de nouvelles initiatives dans notre planification et nos opérations qui ont été mises en œuvre tout au long de 2017 en prévision des Jeux de 2018
- **1,513**: Nombre de membres de l'équipe pré-inscrits auprès du comité organisateur de PyeongChang
- **168**: Nombre d'athlètes canadiens à PyeongChang pour des épreuves préparatoires en 2017
- **194**: Nombre d'athlètes qui ont obtenu un total de 895 000 \$ pour avoir terminé parmi les 5 premiers (été) ou parmi les 4 premiers (hiver) à des championnats du monde (ou l'équivalent)

PYEONGCHANG 2018 — Notre équipe des Jeux a cherché à être plus active à l'échelle internationale. Le personnel de notre bureau de Montréal a accueilli les comités nationaux olympiques des États-Unis et de la Suède en 2017. En août, nous avons également été l'un des quatre comités olympiques nationaux invités à participer à la réunion de la commission de coordination du CIO. Nous avons organisé deux séminaires de préparation et des opérations de l'équipe en octobre pour aider notre équipe de mission et nos chefs d'équipe à se préparer pour les Jeux. Pour la première fois, ces événements ont été séparés afin de permettre un contenu plus personnalisé pour chaque groupe.

Nous avons mis en place un processus de planification incluant plus de 40 innovations pour nous aider à mener à bien nos opérations à PyeongChang. Nous avons réussi à pré-inscrire notre équipe avec le comité organisateur en décembre 2017 et nous sommes revenus au pays avec plus de 1 000 cartes d'accréditation pré-validées pour les membres de notre équipe de PyeongChang 2018.

En février 2017, le Comité olympique canadien a nommé Isabelle Charest, qui a remporté trois médailles en trois participations aux Jeux olympiques d'hiver, au poste de chef de mission d'Équipe Canada pour PyeongChang 2018. Elle a été élue pour agir comme porte-parole d'Équipe Canada, pour servir de mentor aux athlètes, aux entraîneurs et aux membres du personnel, ainsi que pour créer un environnement propice à une performance optimale aux Jeux. En mai, nous avons choisi notre équipe de mission 2018 après un travail de fond important avec notre personnel du COC. Dans le cadre de ce processus, un nombre record de 18 Olympiens ont été sélectionnés pour faire partie de l'équipe de mission 2018.

LIMA 2019 — Notre équipe des Jeux a également effectué une première visite à Lima, au Pérou, en prévision des Jeux panaméricains de 2019. Pour la première fois, le COC a effectué une visite conjointe avec un autre comité olympique national, soit celui des États-Unis. Également en 2017, nous avons effectué un travail important sur nos procédures internes de mise en candidature d'été. Après beaucoup d'efforts et de recherches, la politique de sélection de l'équipe de Lima 2019 a été approuvée, celle pour Buenos Aires

2018 a été mise en œuvre, et une consultation importante avec le département des Sports concernant Tokyo a été réalisée.

JEUX – PERFORMANCE OLYMPIQUE

En 2017, le département de la performance olympique a été créé pour contribuer à la sélection d'équipes performantes à l'aide de nombreuses initiatives. Le Lab olympique - un événement incontournable au cœur de cette stratégie - était axé autour du concept de chimie organique, où le conférencier principal John Herdman a inspiré 209 athlètes, entraîneurs et chefs d'équipe.

Au cours de l'événement de cette année, nous avons beaucoup parlé des réactions, tout en essayant de comprendre le processus de réaction à nos environnements externes pour atteindre une performance équilibrée; et comment nous nous améliorons et évoluons en tant qu'équipe.

La chimie organique est l'étude de la structure, des propriétés, de la composition, des réactions et de la préparation de composés naturels, ce qui en a fait le thème parfait pour l'édition 2017 du Lab. Nous avons créé une formule personnalisée pour ces éléments - pour combiner les meilleures circonstances possibles avec les meilleures réactions possibles et produire les meilleurs résultats possibles à PyeongChang. C'était la chimie organique en action, à la sauce Équipe Canada. Les conférenciers étaient : Philippa Bond, Isabelle Charest, Ashton Eaton, John Herdman, Vince Poscente, Penny Werthner, Rosie MacLennan et Peter Jensen.

GESTIONNAIRE, PERFORMANCE OLYMPIQUE — Le ou la gestionnaire, Performance olympique est le lien essentiel avec nos partenaires des fédérations nationales de sport (FNS) pour comprendre leurs exigences en matière de performance et assurer un environnement optimal pour les athlètes et les équipes afin qu'ils puissent atteindre leur plein potentiel de performance aux Jeux olympiques, tout en adhérant à la philosophie de gestion de la performance d'Équipe Canada concernant le mieux-être global des athlètes.

Le ou la gestionnaire, Performance olympique dirige l'engagement et la relation du COC avec le directeur de haute performance et le chef d'équipe de chaque FNS pour s'assurer qu'ils sont soutenus par une expertise et des services spécialisés appropriés tout au long du cycle des Jeux olympiques. La personne occupant cette position supervise la planification stratégique des Jeux olympiques de la FNS - pour les FNS désignées - et sera également responsable de fournir des services de soutien à la performance sur place pendant les Jeux, pour les sports olympiques d'hiver, panaméricains et olympiques d'été.



COOPÉRATION OLYMPIQUE — Le réseau coopératif d'apprentissage par les pairs a été créé pour permettre aux meilleurs chefs de file sportifs de ce pays de collaborer, de partager leurs connaissances et d'atteindre les résultats stratégiques dont ils ont besoin en travaillant ensemble en tant que pairs. Ces initiatives ont été créées pour préparer les équipes à arriver aux Jeux dans un état optimal sur le plan organisationnel et en matière de performance de l'équipe.

En donnant aux leaders sportifs du Canada les moyens de collaborer pour atteindre leurs objectifs, Équipe Canada peut arriver à tous les Jeux olympiques en étant confiante d'offrir la meilleure performance possible.

Nous rassemblons également un réseau familial de pairs pour résoudre des problèmes, élaborer des stratégies et partager des connaissances dans notre quête pour redéfinir ce qui est humainement possible.

Les séances d'orientation de l'équipe en vue de PyeongChang et le programme Optimisez votre équipe ont préparé tous les sports sur ce à quoi s'attendre aux Jeux grâce à un travail de consolidation d'équipe intensif mis en œuvre pour améliorer la cohésion d'équipe, la gestion des conflits, la résilience, la clarté des rôles et la communication.

ENGAGEMENT DE L'ÉQUIPE ET PRÉPARATION

Équipes d'hiver rencontrées: **100%**

Distance parcourue pour visiter des équipes: **Plus de 150,000 kilomètres**

Visites de préparation aux épreuves préparatoires de PyeongChang: **12 visites**

99% des participants du Lab olympique recommandent le Lab à leurs futurs coéquipiers

La grande majorité des athlètes, des entraîneurs et du personnel ont déclaré que les activités de préparation du COC étaient très utiles ou essentielles à leur succès

Nombre moyen d'appels du réseau coopératif de pair à pair par mois: **5**

Nombre total de sports mis en lien par le programme coopératif: **33 sports**

Nombre de problèmes résolus, solutions trouvées et nouvelles idées créées: **illimité**

MARKETING

DEVENIR NOTRE MESSAGE

Le COC a renforcé sa position en tant que marque inspirante axée sur les athlètes.



MARKETING DE LA MARQUE

Une équipe de marketing de la marque nouvellement réinventée a été créée en 2017 avec un certain nombre de membres rejoignant l'équipe dans de nouveaux rôles en août. Le groupe avait également un objectif renouvelé et un nouveau mandat.

L'équipe a développé « Sois olympique », une nouvelle plateforme de la marque qui servira désormais de base aux activités de marketing. La plateforme « Sois olympique » est au cœur d'une nouvelle stratégie de la marque pour les années à venir et donnera à la marque du COC une identité plus cohérente et mieux définie.

“Nous voulions mettre en lumière les moments tirés des histoires de nos athlètes qui mettent en valeur le meilleur de nous - des valeurs qui définissent ce que signifie être Canadien et être olympique.”

— *Derek Kent, chef du marketing, COC*

Un nouveau processus créatif a également été mis en place pour fournir des services créatifs à l'ensemble de l'organisation et assurer la cohérence et la qualité de la marque. Le noyau de l'équipe de la marque a entrepris plus de 70 projets allant de l'idéation à la production, en fournissant un service qui n'avait jamais été mis à la disposition de l'organisation dans son ensemble dans le passé.

L'équipe a mis au point une nouvelle stratégie pour les événements et les expériences auxquels participent les partisans, en mettant l'accent sur le marketing expérientiel. Ce nouveau modèle de pensée et de travail a été appliqué à la planification d'événements clés de 2018, notamment : la fête de départ de l'équipe, la Maison olympique du Canada et les futures initiatives du Temple de la renommée.

L'équipe de marketing de la marque a également continué d'assurer la planification d'événements et l'excellence de la mise en œuvre de ces derniers pour les groupes corporatifs, sportifs et d'intervenants internes, jouant un rôle de consultant clé pour les responsables d'événements.

Parmi les autres projets prioritaires en 2017, mentionnons l'établissement d'une nouvelle approche en matière d'études de marché et d'idées, ainsi qu'une vision plus holistique de l'intérêt de la population dans l'équipe olympique canadienne. Le travail accompli en 2017 a jeté les bases d'une nouvelle stratégie de marketing de la marque qui sera réalisée en grande partie à partir de 2018.

MÉDIAS NUMÉRIQUES

L'objectif global en matière de marketing de l'équipe des médias numériques du COC est toujours de renforcer la valeur de la marque par l'intermédiaire de la couverture médiatique gratuite. En racontant les histoires de nos athlètes et de nos sports de manière

à obtenir des résultats, Équipe Canada atteint non seulement cet objectif, mais continue d'étendre sa portée et son impact sur toutes les plateformes. En tant que chef de file dans le domaine des médias, nous sommes en mesure de partager les histoires de nos athlètes et de nos sports à notre manière, consolidant ainsi notre place en tant que marque très aimée qui fait naître l'émotion et la passion. Nos plateformes de médias sociaux établies d'Équipe Canada nous ont donné accès à des segments de la population que les autres comités olympiques nationaux et même les organisations médiatiques convoitent et nous continuons à servir cette communauté qui a un appétit grandissant pour le contenu relatif au sport amateur.

EN CHIFFRES:

- **966 millions d'impressions** gratuites dans les médias en 2017
- **3,5 millions d'interactions** avec les partisans en 2017
- Le nombre d'abonnés à nos chaînes (Facebook, Twitter et Instagram) est supérieur de **5 %** à celui de 2016
- **235 000** membres du Club olympique canadien à la fin de l'année (17 000 nouveaux membres)
- **Plus de 180 000** participations au concours du Club olympique canadien en 2017
- Analyse concurrentielle : par rapport à tous les autres comités olympiques nationaux (dans une analyse de janvier à mai 2017), Équipe Canada avait le **plus grand nombre d'abonnés à ses chaînes par habitant** et le **deuxième plus grand nombre d'interactions par habitant**.

RÉALISATIONS DE L'ÉQUIPE DES MÉDIAS NUMÉRIQUES EN 2017 :

SOMMET DES MÉDIAS — En 2017, le Sommet des médias a évolué pour permettre à tous les membres de l'équipe des médias numériques et à des représentants de Facebook, Twitter et Snapchat de rencontrer tous les athlètes présents afin de les informer sur les meilleures pratiques en matière de médias sociaux et de vérifier leurs comptes, ce qui a été très bien reçu.

Les recherches menées auprès de tous les athlètes nous ont permis d'examiner leurs biographies et d'obtenir des citations pour des articles de fond avant et pendant PyeongChang 2018. Le contenu vidéo tourné avec les athlètes a permis de créer 5 catégories vidéo et plus de 50 vidéos produites pour les chaînes de médias numériques d'Équipe Canada. Du contenu pour les médias sociaux a été enregistré avec tous les athlètes, y compris du contenu exclusif pour nos chaînes.

LE CLUB OLYMPIQUE CANADIEN, PRÉSENTÉ PAR BELL — Officiellement lancé le 1er juillet 2015, le Club olympique canadien nous permet de communiquer avec nos athlètes, nos sports et nos partisans de façon significative, tout au long de l'année. Nous le faisons par le biais d'activités sur olympique.ca, de mini-jeux, d'anecdotes, d'écussons, de bulletins d'information par courriel, de récompenses et de concours mettant en vedette des produits dérivés autographiés et des produits ou expériences obtenus de nos partenaires.

En 2017, ces activités ont été accueillies positivement par plus de **235 000 partisans du Club olympique canadien**, les concours ayant reçu **27 millions d'impressions**, **166 000 interactions** et **180 000 participations**. Notre base de données d'utilisateurs nous permet de créer de nouvelles recherches sur l'auditoire et de nouvelles idées exploitables.

PLATEFORMES DE MÉDIAS SOCIAUX D'ÉQUIPE CANADA:

FACEBOOK: Nous continuons à tirer parti du contenu vidéo pour améliorer la convivialité dans l'algorithme. Facebook Live est utilisé lors des annonces d'équipe pour donner aux partisans un point de vue exclusif tout en les préparant pour le contenu en direct produit à PyeongChang 2018.

INSTAGRAM: Notre chaîne Instagram a reçu plus de **1,7 million** d'interactions en 2017. En tenant compte de la taille de la chaîne, c'est de loin notre réseau social le plus engagé. À mesure que la consommation de contenu visuel continue d'augmenter, nos chaînes Web et de réseaux sociaux illustrent ce changement avec une augmentation massive de vidéos courtes, nettes et divertissantes, intégrant pleinement la fonctionnalité « histoires » de la plateforme pour générer de nouveaux abonnements pour le club et augmenter le trafic vers olympique.ca

TWITTER: Notre pseudo français, @Equipe_Canada est devenu l'une des plus importantes chaînes sportives francophones du pays. Des représentants de Twitter ont assisté au Sommet des médias pour enregistrer du contenu pour PyeongChang 2018 et vérifier tous les comptes des athlètes.

SNAPCHAT: L'interaction sur cette plateforme a donné aux partisans un accès en coulisses et en direct lors de l'annonce des équipes olympiques canadiennes et pendant certaines compétitions internationales.

ACTIVATIONS DE LA MARQUE DES PARTENAIRES CLÉS SUR LES MÉDIAS NUMÉRIQUES

– À mesure que nos plateformes se développent, nos activations touchent plus de

partisans de sport canadiens pour nos partenaires. Parmi les programmes mettant en valeur nos partenaires sur nos plateformes de médias numériques, soulignons :

- **Journée Cause pour la cause de Bell:** 14 millions d'impressions médiatiques gratuites sur le contenu d'Équipe Canada.
- **Lancement de la collection de la Baie d'Hudson :** Équipe Canada a généré plus de 2,7 millions d'interactions, ce qui s'est traduit par une valeur d'engagement de 114 000 \$.

COMMUNICATIONS CORPORATIVES

Cette année, l'équipe des communications s'est appuyée sur les réussites de Rio 2016 et a continué d'accroître le profil médiatique d'Équipe Canada à l'approche de PyeongChang 2018. Les outils pour les médias ont été simplifiés, notamment le lancement du nouveau site olympique.ca/presse, afin d'assurer à nos partenaires médias l'accès le plus efficace possible à l'information d'Équipe Canada dès sa publication.

L'intérêt médiatique généré pour nos cinq annonces de renouvellement de partenariat a été un autre succès important de l'équipe des communications en 2017. Les cinq événements ont généré 239 mentions dans les médias, une valeur de plus de 230 000 \$ en couverture médiatique gratuite et plus de 113 millions d'impressions médiatiques. Plus particulièrement, l'annonce de SAS en tant que partenaire officiel de l'analytique du COC, un partenariat unique en son genre, a généré plus de 74 millions d'impressions médiatiques.

Grâce aux efforts du département des communications, l'annonce de financement de Prochaine génération a attiré certains des noms les plus prestigieux du journalisme sportif canadien, y compris Scott Stinson de Postmedia et Sean Fitz-Gerald, rédacteur en chef de *The Athletic*. La couverture étendue de l'annonce a généré 135 articles dans les médias, une valeur de 117 045 \$ en couverture médiatique gratuite et plus de 59,5 millions d'impressions médiatiques.

L'édition 2017 du Sommet des médias d'Équipe Canada a été la meilleure à ce jour du point de vue de l'envergure et du niveau d'engagement. Au cours de l'événement d'une durée de 2 jours, 97 athlètes ont défilé parmi 40 stations et ont été exposés à 1 700 séances de contenu. Le Sommet a présenté de nombreuses premières, notamment l'accueil de Snapchat, Facebook, Instagram et Twitter sur place. Du contenu pour les médias sociaux a été enregistré avec chaque athlète présent et tous les athlètes se sont également prêtés à une séance de photographie remarquable. La biographie de chaque athlète a également été vérifiée et des partenaires corporatifs et gouvernementaux étaient même sur place pour enregistrer du contenu.

Vue d'ensemble de 2017

- Le COC a publié **49 communiqués, avis et déclarations**
- Les médias ont été invités à **16 événements** organisés par le Comité olympique canadien
- Les événements médiatiques ont généré **1 916 articles** sur Équipe Canada, ce qui représente une valeur de **2 122 145 \$** en couverture médiatique gratuite et **677 075 257 impressions médiatiques**

MARKETING ET PARTENARIATS STRATÉGIQUES

L'année 2017 s'est avérée des plus importantes pour l'équipe des partenariats, puisqu'elle a été marquée par d'importants renouvellements de partenaires existants, la sollicitation réussie de nouveaux partenaires et la création de nouvelles catégories pour le COC. Le groupe a joué un rôle clé dans le renouvellement des relations existantes avec Teck, Mondelez et, à la fin de l'année, avec Air Canada. Ces partenaires sont essentiels à la réussite du programme de commandites et à la mise en œuvre de plusieurs campagnes de marketing et sont intégrés à des programmes clés du COC (par exemple, les bagues olympiques fournies par Teck, le programme Air Canada Altitude Podium, etc.).

En 2017, un certain nombre de nouveaux partenaires ont également rejoint la famille du COC. Cela inclut l'arrivée de SAS en tant que partenaire officiel de l'analytique, Cadillac Fairview en tant que domicile d'Équipe Canada et Under Armour en tant que partenaire officiel de haute performance. L'équipe a passé du temps à intégrer ces partenaires et à les préparer en vue de PyeongChang.

Sur la base du travail entamé en 2016, l'accent est demeuré sur les programmes et l'intégration des partenaires. Voici un aperçu de l'excellence de nos programmes de partenariat – dont le nombre ne cesse de croître – en 2017 :

Le **Camp des recrues RBC** a organisé 29 épreuves de qualification et cinq finales régionales. Au cours de la deuxième année du programme, 2100 athlètes âgés de 14 à 25 ans ont été évalués en collaboration avec 11 FNS et ces épreuves ont permis d'identifier 30 athlètes qui recevront un soutien dans le cadre du **programme Olympiens de demain RBC**.

Le **programme de bourses HBC** a poursuivi son engagement à soutenir 50 athlètes grâce à un financement direct aux athlètes pour un total de 500 000 \$ en 2017.

Pour la première fois, le **lancement de la collection HBC** a eu lieu en présence du public et l'événement a généré plus de 120 millions d'impressions. De plus, seulement en 2017, les mitaines emblématiques de HBC ont généré plus de 1 million de dollars pour la Fondation olympique canadienne.

Le **programme Plan de match de Deloitte** a continué de croître alors que plus d'athlètes ont accédé à des programmes offerts par nos partenaires et qu'un premier contingent d'athlètes a obtenu son diplôme de la Smith School of Business. Le COC offre un soutien sans précédent aux athlètes dans leur transition vers leur vie professionnelle.

Le **programme Alimenter l'excellence des athlètes et des entraîneurs (AEAE) de Petro-Canada** a continué de soutenir le système sportif, générant un financement total de 550 000 \$ et touchant 55 athlètes et entraîneurs.

Les **Jeux Bon départ d'Équipe Canada** ont eu lieu pour la première fois à Collingwood, en Ontario, en septembre 2017. Cet événement d'une journée a permis à 300 étudiants de côtoyer des athlètes et d'en apprendre plus sur les sports olympiques et paralympiques dans le cadre d'un effort conjoint avec les organismes de bienfaisance Bon départ de Canadian Tire.

Le **programme Air Canada Altitude Podium** a offert plus de 300 surclassements à des athlètes canadiens sur des vols de la compagnie.

Le **programme Athlètes branchés de Bell** compte maintenant plus de 1 200 athlètes nationaux canadiens et les aide généreusement à rester en contact avec leur famille, sans frais, pendant leurs entraînements et leurs compétitions.

La **Série sur l'entraînement Teck** a été organisée à Sparwood, en Colombie-Britannique, en octobre 2017, ce qui a permis aux jeunes joueurs de hockey et aux entraîneurs de la région de parfaire leur apprentissage en présence d'Olympiens. Il s'agissait de la quatrième édition annuelle de la série.

FONDATION

NOUVEAU LEADERSHIP. NOUVELLE VISION.

Notre objectif audacieux : changer la philanthropie sportive pour toujours.



Notre objectif est de grimper sur la plus haute marche du podium en matière de développement de fonds, en visant les meilleurs et en les dépassant. Nous avons comme grande vision d'investir dans le sport pour la prochaine décennie. Nous nous appuyons sur des histoires à succès comme celle de Harvard, qui recueille plus de 1 milliard de dollars par année tout en ayant une dotation de 40 milliards de dollars, et sur la marque du COC, qui est l'une des plus puissantes du pays. Au cours des 12 derniers mois, la Fondation a fourni plus de financement (9,3 millions de dollars) au sport que jamais auparavant, y

compris des subventions à plus de 40 FNS. Le nouveau président du conseil d'administration, Perry Dellelce, et le chef de la direction, Paul McIntyre Royston, ont commencé à tracer cette nouvelle ligne directrice audacieuse pour la Fondation.

“Le sport change des vies. Il crée un cadre qui permet à des individus de prospérer et d'avoir accès à des possibilités qu'ils n'auraient jamais eu autrement. Donner à la cause aide à générer ces possibilités.”

— *Paul McIntyre Royston, chef de la direction, Fondation olympique canadienne*

DES DONNS D'ENVERGURE — Une campagne d'acquisition d'envergure menée à l'automne 2017 a donné les meilleurs résultats en la matière de l'histoire de la Fondation - plus du triple de la norme de l'industrie. La Fondation a accueilli plus de 1 000 nouveaux donateurs dans la famille olympique. Et nous avons maintenant plus de 300 donateurs mensuels.

CAMP DES RECRUES RBC — Le Camp des recrues RBC est une série de camps sportifs conçus pour repérer les athlètes présentant un potentiel de haute performance et pour créer des occasions de transfert de talents au sein du système sportif canadien. La deuxième année de ce programme a débuté en janvier alors que des athlètes âgés de 14 à 25 ans ont été invités à participer à un événement de qualification du Camp des recrues RBC afin d'évaluer leur vitesse, leur puissance, leur force et leur endurance.

Une fois les événements du Camp des recrues RBC terminés, le programme continue sous l'appellation Olympiens de demain RBC, dans le cadre duquel un groupe d'athlètes des finales régionales est alors sélectionné pour des épreuves supplémentaires avec divers ONS pour voir s'ils ont le potentiel pour atteindre un niveau supérieur. Ceux qui sont choisis pour s'entraîner avec les ONS deviennent membre du programme Olympiens de demain RBC et reçoivent une aide supplémentaire de l'ONS, notamment du financement, des ressources, l'accès à des entraîneurs et / ou du mentorat grâce à une subvention de la Fondation et de RBC.



Le meilleur athlète de chaque finale régionale a également mérité un voyage aux Jeux olympiques d'hiver de 2018 à PyeongChang, en Corée du Sud, pour aider à préparer et encourager les athlètes à réaliser leurs rêves olympiques. Radio-Canada Sports a diffusé un reportage sur leur expérience lors des Jeux pour faire connaître aux Canadiens les athlètes découverts grâce aux événements Camp des recrues RBC partout au pays.

PROGRAMME DE BOURSES HBC — Pour la deuxième année consécutive, la Fondation s'est associée à la Fondation HBC pour le programme de bourses HBC, dans le cadre duquel 50 athlètes reçoivent un bourse annuelle de 10 000 \$. L'investissement de 2,5 millions de dollars procure aux athlètes sélectionnés un financement durable pour des activités et du soutien qui leur seront utiles dans leur sport respectif pendant 5 ans.

OPÉRATIONS

DIRIGER AVEC INTÉGRITÉ

Les Canadiens peuvent être fiers de l'environnement que nous créons.



RESSOURCES HUMAINES

Après avoir concentré ses efforts en 2016 sur la mise en œuvre des recommandations d'un examen approfondi des lieux de travail effectué par Rubin Tomlinson, experts en droit du travail, et sur les recommandations provenant des commentaires reçus des employés, le département des ressources humaines a poursuivi sur sa lancée pour atteindre de nouveaux sommets en 2017.

L'action a plus de poids que les mots.

Les objectifs de 2017 pour soutenir le pilier « Les gens comme avantage concurrentiel » du plan stratégique 2017-2020 étaient centrés sur la culture organisationnelle, soit attirer,

former et conserver les personnes les plus talentueuses possédant des compétences clés, puis identifier et former les chefs de file actuels et futurs.

Les principales réalisations du département des ressources humaines comprennent :

Les **valeurs** développées et communiquées vers la fin de 2016 ont vu le jour en 2017 et sont désormais intégrées dans tous les processus de ressources humaines, y compris le recrutement et la sélection ainsi que la gestion du rendement. Elles sont également alignées avec notre nouvelle marque « Sois olympique ». Nos valeurs originales de Responsabilité, Excellence, Passion, Respect et Courage ont été modifiées pour devenir une philosophie plus active et plus dynamique : **Sois responsable, Sois excellent(e), Sois respectueux(euse), Sois passionné(e)** et **Sois courageux(euse)**.

Des initiatives d'**engagement des employés** ont été mises en œuvre en 2017 pour appuyer les priorités d'action définies dans le processus d'enregistrement de l'engagement des employés de 2016. Un sondage sur l'engagement des employés a été réalisé au début d'octobre avec une solide participation de notre personnel qui a indiqué une amélioration de 13 % dans tous les moteurs d'engagement depuis le sondage de 2016 et une augmentation de 18 % de leur « expérience globale » au COC.

La communication, la formation et la nouvelle structure de rémunération du **cadre de récompenses totales** approuvées à la fin de 2016 ont été mises en œuvre au premier trimestre de 2017. Une formation sur les avantages sociaux et un sondage sur les avantages sociaux ont été mis en œuvre au deuxième trimestre pour obtenir des commentaires précieux des employés sur le programme.

Le **cadre de gestion du rendement** a été déployé avec succès en 2017 pour veiller à ce que les objectifs de nos employés concordent avec les objectifs du COC et les soutiennent. Le nouveau cycle annuel de gestion du rendement appuie la nouvelle philosophie de rémunération au rendement et offre à tous les employés la possibilité d'établir et de réaliser leurs plans de perfectionnement personnel et professionnel.

Un **cadre de plan de relève** et un programme de perfectionnement pour soutenir nos chefs de file actuels et futurs ont été créés. Le programme de perfectionnement vise à optimiser les programmes offerts par l'entremise de nos partenaires, notamment Solidarité olympique, la Smith School of Business de l'Université Queen's et Morneau Shepell. Tous les employés occupant des postes de gestion ont participé au programme d'entraîneurs pour la haute performance grâce à notre partenariat avec la Smith School of Business, par exemple.

Le **recrutement de talent** a maintenu l'équipe des ressources humaines occupée en 2017 alors que 13 postes permanents et 7 postes contractuels à court terme ont été comblés, y compris un nouveau directeur des finances. Pas moins de 29 postes de stagiaires provenant de 3 cohortes ont aussi été comblés - offrant aux étudiants de plusieurs établissements postsecondaires la possibilité de remplir le volet obligatoire d'expérience de travail de leur programme et une occasion d'apprentissage et d'expérience de travail précieuse avec le COC.

L'énoncé de la politique sur la **dénonciation** a été mis à jour en 2017 pour appuyer l'énoncé de la politique sur la conduite révisé qui a été approuvé à la fin de 2016 afin d'assurer que les participants du COC sont encouragés et autorisés à signaler tout comportement interdit ou violation, ou toute violation potentielle ou soupçonnée de la politique de conduite sans crainte de représailles. La politique prévoit également des rapports anonymes et le COC a lancé un service tiers pour permettre ce signalement au moyen d'un service Web, téléphonique ou postal géré par les présidents du comité de gouvernance et d'éthique et du comité de vérification, des finances et de la gestion du risque du conseil d'administration.

Le travail sur les **politiques des ressources humaines** s'est poursuivi en 2017, y compris la gestion du rendement, la santé et la sécurité, ainsi que les vérifications des antécédents pour tout le personnel. Une nouvelle politique d'accessibilité et un plan pluriannuel pour d'autres initiatives d'accessibilité ont également été élaborés en 2017 et seront communiqués au moyen d'une formation l'année prochaine.

Au 31 décembre 2017, le nombre total d'employés permanents du COC était de 89, plus 5 postes vacants pour un effectif total approuvé de 94 personnes.

ÉTATS FINANCIERS

État non consolidé de la situation financière au 31 décembre 2017
(en milliers de dollars)

	2017 (\$)	2016 (\$)
ACTIF		
Actif à court terme		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	22 055	14 362
Débiteurs et dépôts	8 701	8 098
Total	30 756	22 460
Placements	172 149	169 187
Immobilisations	4 909	3 009
Total de l'actif	207 814	194 656
PASSIF		
Passif à court terme		
Créditeurs et charges à payer	8 595	10 527
Produits reportés	5 705	1 259
Apports de capital reportés	3 025	806
Total	17 325	12 592

SOLDE DE FONDS

Grevés d'une affectation d'origine externe

Fonds de bourses d'études du flambeau

olympique de Petro-Canada	9 405	9 159
Fonds de dotation olympique pour les entraîneurs	13 465	12 736
Total	22 870	21 895

Fonds d'administration

Grevés d'une affectation d'origine interne

Fonds canadien de la famille olympique	149 694	144 452
Investi dans des immobilisations	1 884	2 203
Non affectés	16 041	13 514
Total	167 619	160 169

Total des soldes de fonds	190 489	182 064
Total du passif et des soldes de fonds	207 814	194 656

État non consolidé des résultats

Total des fonds pour l'exercice clos le 31 décembre 2017

(en milliers de dollars)

	2017 (\$)	2016 (\$)
Produits provenant des partenaires et des activités de marketing	29 285	37 776
Produits tirés des placements	15 599	12 267
Subventions, dons et autres	5 421	8 448
Total des produits	50 305	58 491

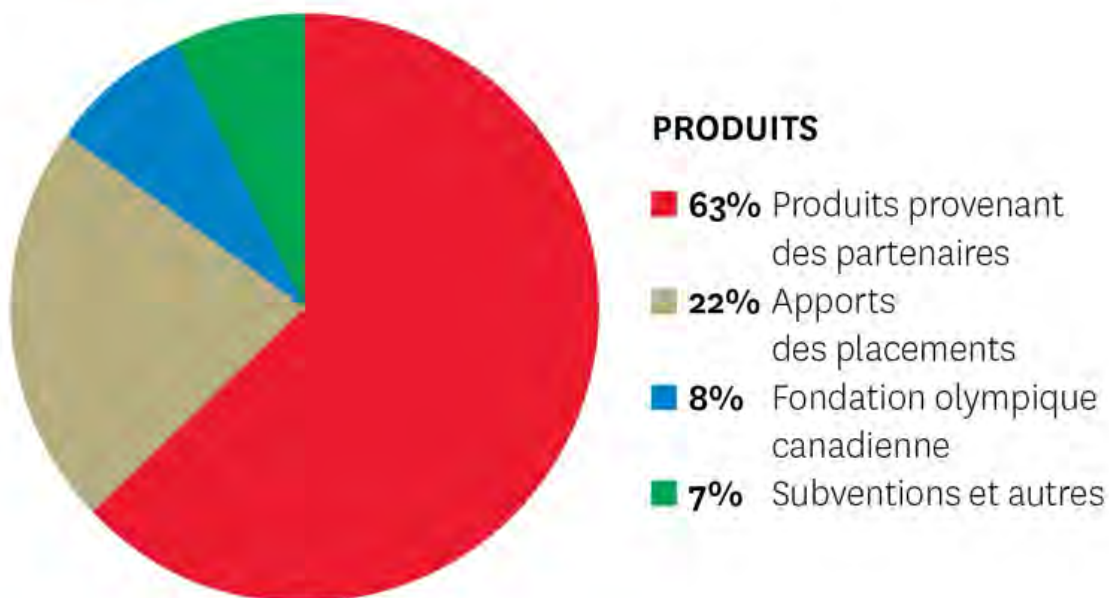
Charges

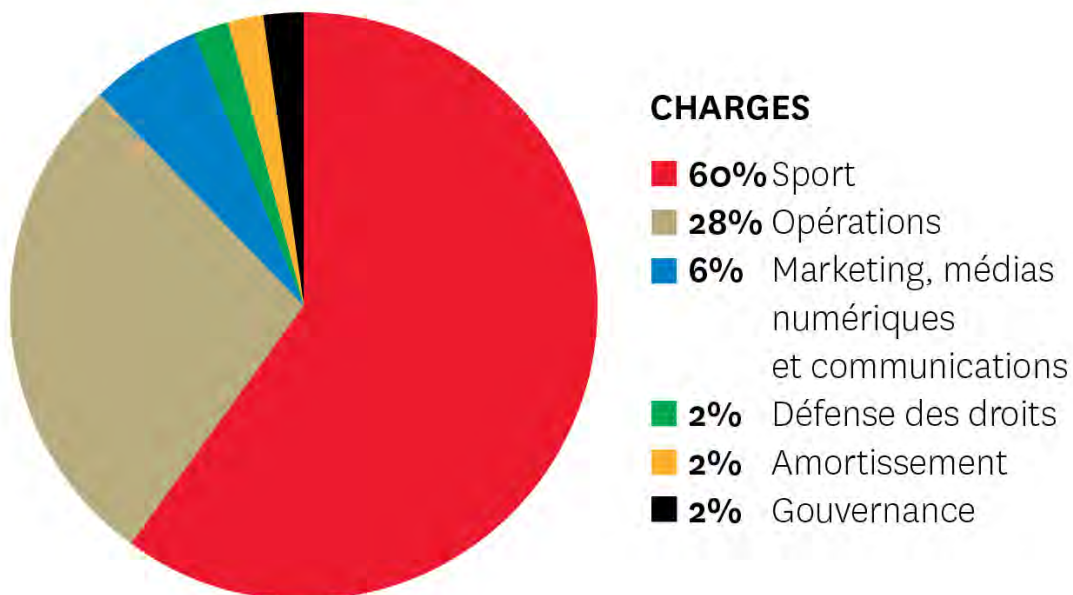
Charges liées aux programmes et de fonctionnement	40 194	57 773
Subventions et charges afférentes	1 018	995
Frais de gestion de placements	668	648
Total des charges	41 880	59 416

(Insuffisance) excédent des produits sur les charges	8 425	(925)
---	--------------	--------------

PLAN 2017-2020 APPROUVÉ PAR LE CA EN AVRIL 2018

« non audité »





L'information ci-dessus est tirée des états financiers audités pour l'exercice clos le 31 décembre 2017.

TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

L'équipe des technologies de l'information a travaillé en étroite collaboration avec les secteurs respectifs de l'organisation en 2017 pour s'assurer que les améliorations technologiques planifiées améliorent notre efficacité et notre productivité dans l'ensemble de l'organisation. Pour l'avenir, nous avons un plan pour la mise en oeuvre réussie de projets à l'échelle de l'organisation.

Au cours des mois précédant PyeongChang 2018, la collaboration a continué d'être la clé de notre succès.

Dans l'ensemble, grâce à une planification et une collaboration solides, l'équipe des technologies de l'information était prête à assurer le succès des Jeux olympiques d'hiver pour le COC en étant bien préparée pour soutenir et assurer les opérations au village olympique, au centre principal de presse, au centre de performance et à la Maison olympique du Canada.

Notre dispositif de sécurité sera un élément central et une priorité pour l'avenir, tandis que nous avons entamé une vérification de sécurité en 2017, qui a été achevée au début de 2018.

Finalement, nous continuerons d'offrir un soutien exemplaire à nos collègues partout au Canada avec les ressources et la sécurité nécessaires au bon fonctionnement de notre système sportif.

CONSEIL D'ADMINISTRATION



TRICIA SMITH
PRÉSIDENTE ET
MEMBRE DU CIO



PETER LAWLESS
VICE PRÉSIDENT



THERESE BRISSON
ADMINISTRATRICE



JEFF CHRISTIE
PRÉSIDENT DE LA
COMMISSION DES ATHLÈTES



CHRIS CLARK
ADMINISTRATEUR



MARTHA DEACON
ADMINISTRATRICE



ANTHONY EAMES
ADMINISTRATEUR



KEVIN GILMORE
ADMINISTRATEUR



MAUREEN K. DARKES
ADMINISTRATRICE



GORDON PETERSON
ADMINISTRATEUR



STEVE PODBORSKI
ADMINISTRATEUR



KAREN RUBIN
ADMINISTRATRICE



WAYNE RUSSELL
ADMINISTRATEUR



WALTER SIEBER
ADMINISTRATEUR



MARK TEWKSBURY
ADMINISTRATEUR



RICHARD W. POUND
MEMBRE DU CIO



HAYLEY WICKENHEISER
MEMBRE DU CIO



OLUSEYI SMITH
VICE-PRÉSIDENT DE LA
COMMISSION DES ATHLÈTES