



# RAPPORT ANNUEL 2018

COMITÉ OLYMPIQUE CANADIEN





# SOIS OLYMPIQUE

En 2018, nous avons démontré aux Canadiens et aux Canadiennes que le sport peut être un vecteur d'inclusion et de changement positif. Grâce à leur performance historique aux Jeux de PyeongChang 2018 et à leur travail dans les communautés à travers le pays, nos athlètes et notre communauté sportive ont démontré comment les valeurs olympiques reflètent les valeurs canadiennes.



*PyeongChang 2018*

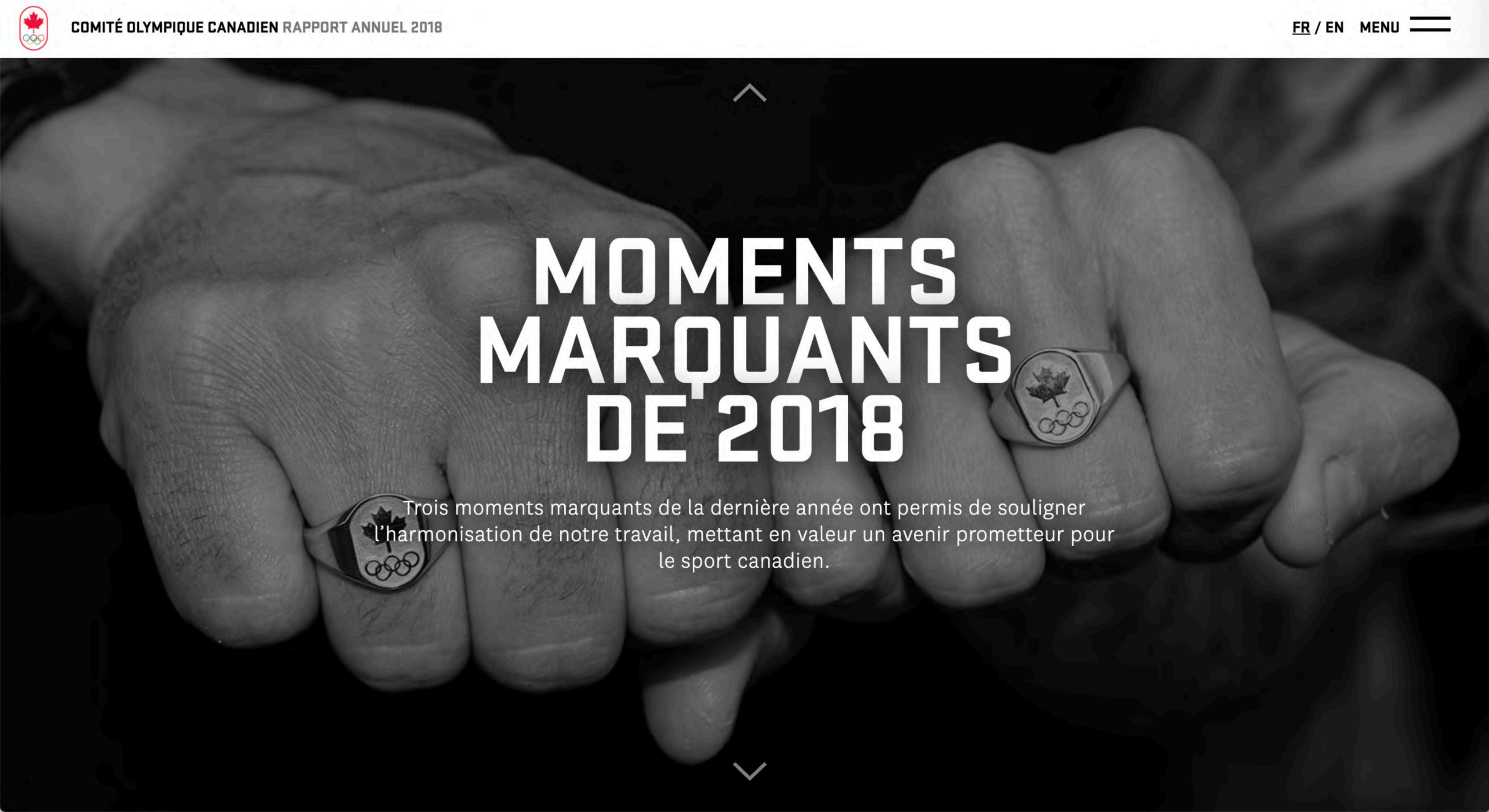


**PyeongChang 2018**

**NOS VALEURS :**

**SOIS RESPONSABLE  
SOIS EXCELLENT  
SOIS PASSIONNÉ  
SOIS RESPECTUEUX  
SOIS COURAGEUX**





# MOMENTS MARQUANTS DE 2018

Trois moments marquants de la dernière année ont permis de souligner l'harmonisation de notre travail, mettant en valeur un avenir prometteur pour le sport canadien.



# JEU OLYMPIQUE D'HIVER DE 2018 À PYEONGCHANG



En 2018, Équipe Canada a offert sa meilleure performance de tous les temps aux Jeux olympiques d'hiver. Les résultats et les récits de cette aventure ont fait la démonstration de nos valeurs à tout le pays.



Avec un record canadien de 29 médailles remportées par des athlètes ayant une moyenne d'âge de 28,5 ans, 30 Canadiens qui obtiennent le meilleur résultat canadien de l'histoire dans leur discipline et 40 d'entre eux qui terminent parmi les cinq premiers, nous avons démontré que le sport d'hiver se porte bien au Canada.



# MÉDAILLES

Or : 11

Argent : 8

Bronze : 10

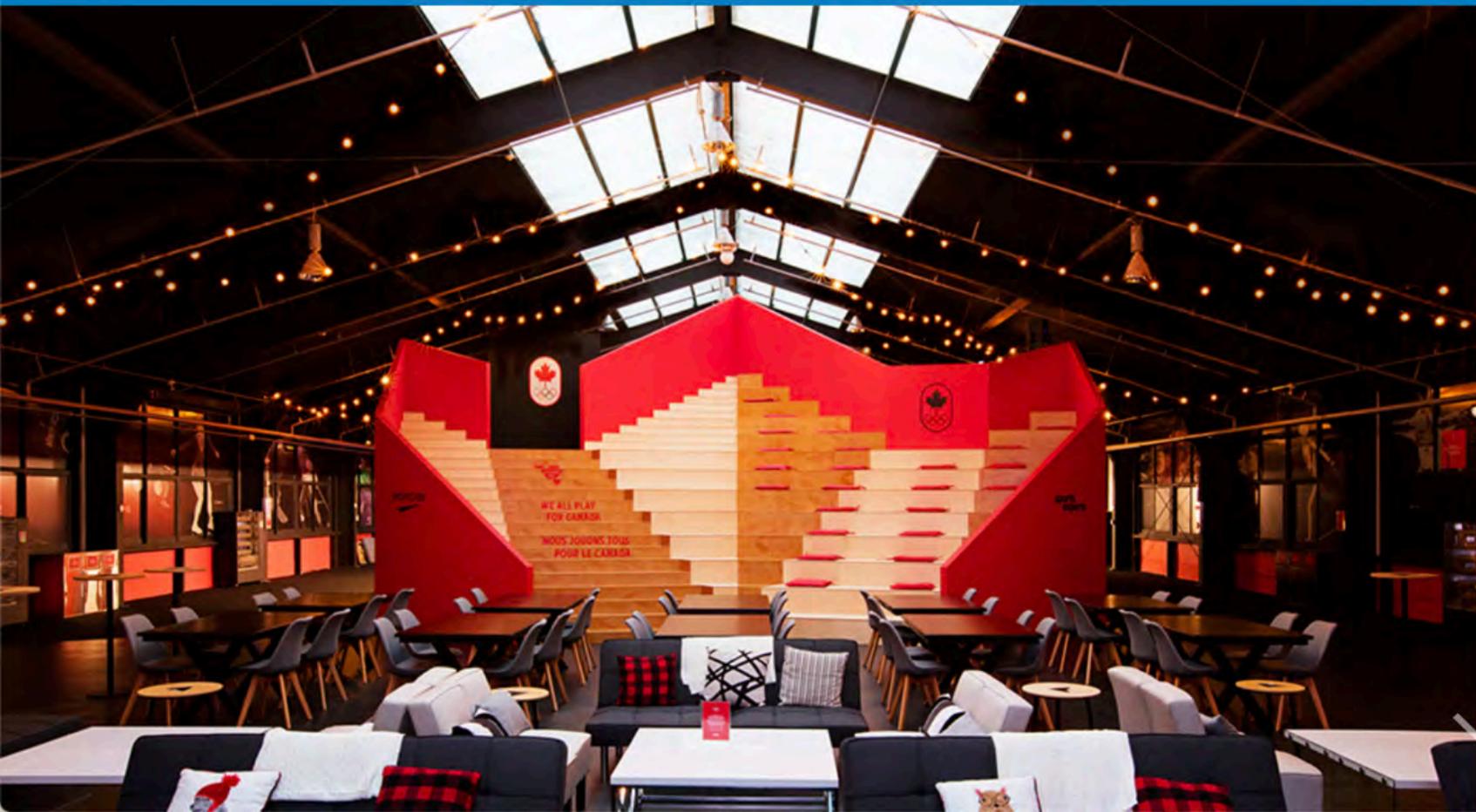
Les porte-drapeaux d'Équipe Canada à la cérémonie d'ouverture, Tessa Virtue et Scott Moir, ont remporté deux médailles d'or, devenant ainsi les patineurs artistiques olympiques les plus décorés de tous les temps.



Porte-drapeau d'Équipe Canada à la cérémonie de clôture, Kim Boutin, a remporté trois médailles en plus de promouvoir les valeurs olympiques de respect et de gentillesse quand elle a partagé le podium avec la Sud-Coréenne Choi Min-Jeong à la suite de l'épreuve du 1500 m en patinage de vitesse courte piste.

Les canaux de communication d'Équipe Canada ont pris possession du podium des médias sociaux aux Jeux de PyeongChang, générant plus de 6,1 milliards d'impressions durant la période des Jeux.

Le COC a obtenu plus d'interactions des amateurs sur les médias sociaux que tous les autres comités nationaux olympiques présents aux Jeux.

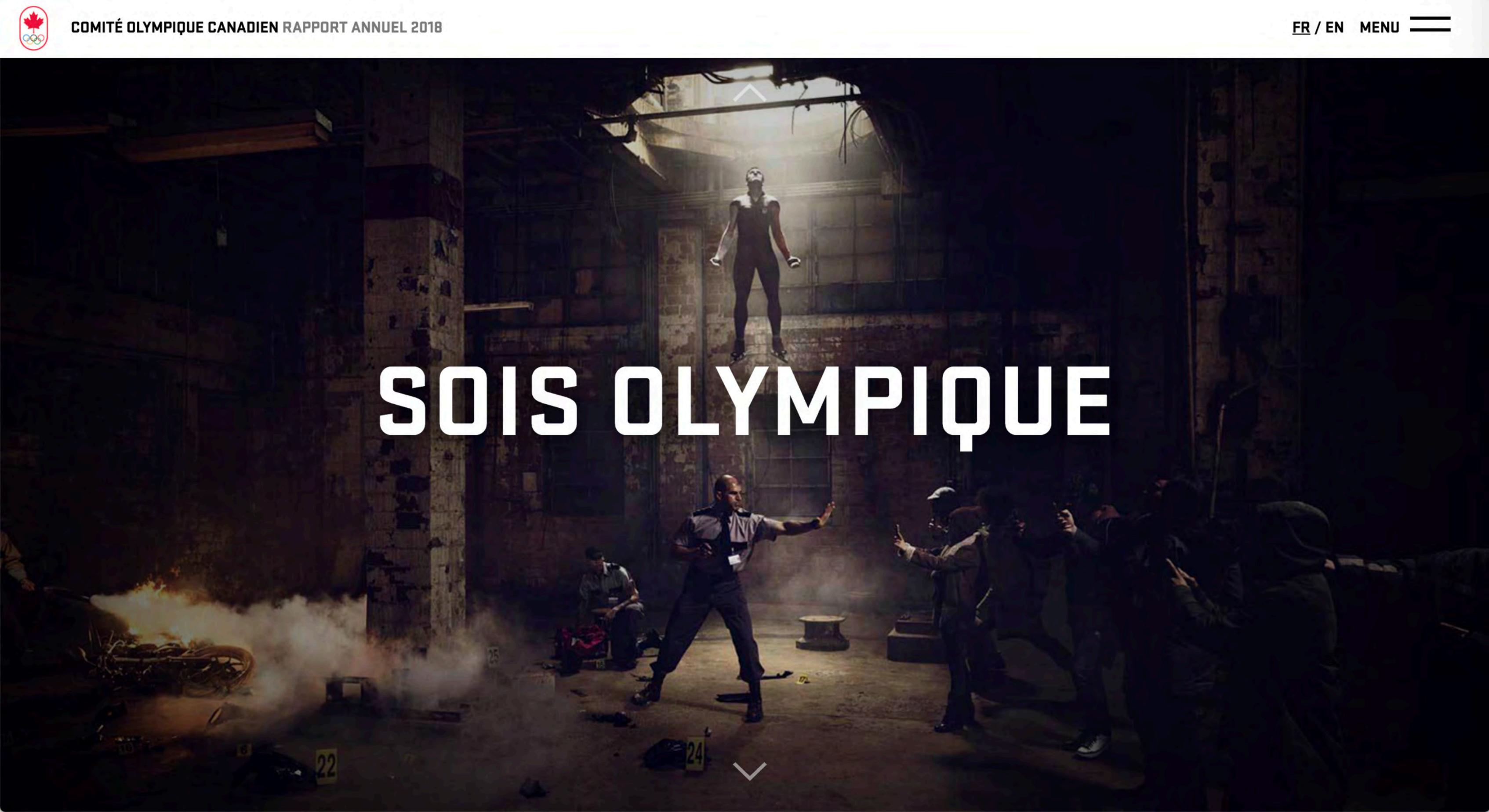


Ouverte au public pour la première fois depuis les Jeux de Salt Lake City en 2002, la Maison olympique du Canada a accueilli plus de 15 000 visiteurs pendant les Jeux. La maison a offert une expérience accueillante et typiquement canadienne en plus de présenter un nombre record d'activations de nos partenaires commerciaux et une programmation améliorée.



De plus, la Maison olympique du Canada a été l'hôte de la Maison de la Fierté, la toute première à avoir été directement affiliée et accueillie par un comité national olympique. Pendant les Jeux, la Maison olympique du Canada est devenue un point de rassemblement pour tous les athlètes, supporters et partisans du mouvement LGBTQ +.





# SOIS OLYMPIQUE

En janvier, la plateforme « Sois olympique » a été officiellement lancée dans le cadre de la campagne « Vertu et victoire » qui a mis en évidence les similarités entre les valeurs canadiennes et les valeurs olympiques.



Le lancement de cette campagne nationale multiplateforme a permis aux Canadiens de découvrir des histoires d'athlètes détaillées et axées sur les valeurs qui illustraient ce que signifient les expressions « Sois olympique » et, ultimement, sois Canadien.



La campagne comportait six vignettes d'athlètes axées sur leurs valeurs et encourageait les Canadiens à réfléchir à la signification du concept « Sois olympique ».



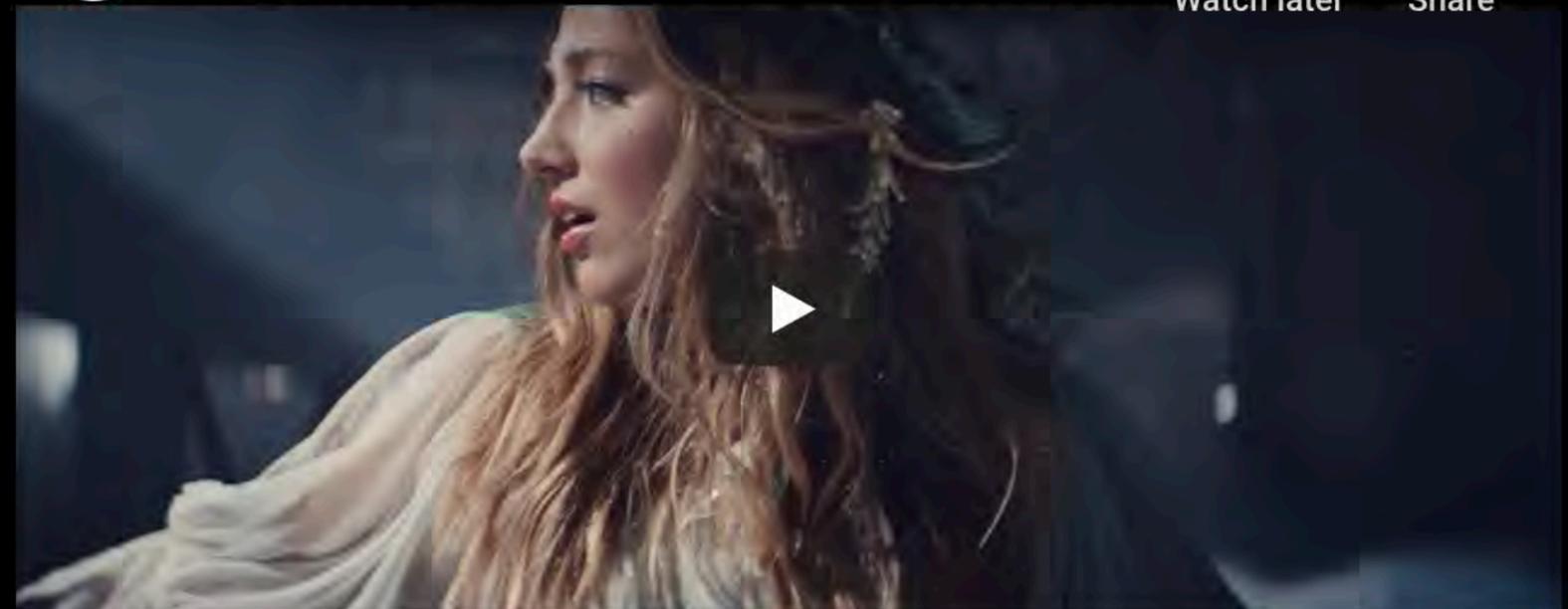
Sois olympique - Vertu et Victoire - Équipe Canada



Watch later



Share





Présentée sous forme de publicité imprimée, numérique et extérieure dans tous les grands marchés, la campagne a généré plus de 700 millions d'impressions médiatiques numériques gratuites en plus d'obtenir plus d'un million de visionnements à travers toutes les plateformes.



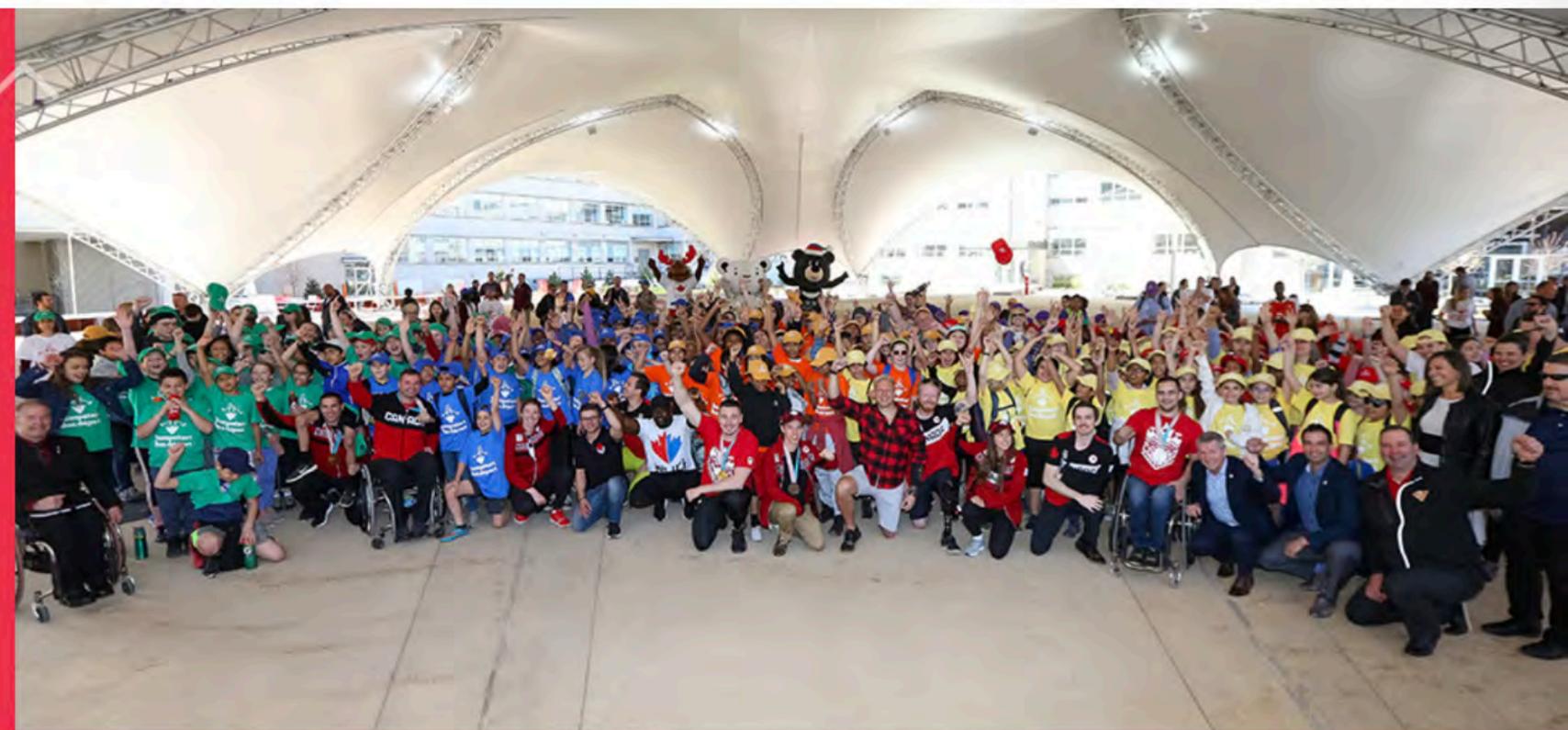


# CÉLÉBRATION D'ÉQUIPE CANADA 2018



Les comités olympiques et paralympiques canadiens et le gouvernement du Canada ont tous contribué à l'organisation d'une célébration de l'excellence inoubliable. Durant deux journées complètes au mois de mai, près de 200 athlètes, guides et entraîneurs ont été accueillis à Ottawa pour un hommage et pour souligner leurs exploits réalisés en Corée du Sud.

Grâce à la contribution des partenaires Canadian Tire et Classroom Champions, les athlètes participant à la célébration ont rencontré des étudiants de partout au pays afin de promouvoir un mode de vie sain et actif, et ainsi inspirer la prochaine génération.



Les anneaux commémoratifs officiels ont été offerts à tous les athlètes olympiques par Teck, un partenaire du COC, et le Prix du porte-drapeau James Worrall de Petro-Canada a été remis à l'occasion d'une cérémonie spéciale à Rideau Hall par Son Excellence, la très honorable Julie Payette, gouverneure générale du Canada.



# UNE SOURCE D'INSPIRATION POUR L'AVENIR

L'année 2018 a démontré de quelle manière notre vision d'un système sportif canadien fort et en santé se concrétise. Alors qu'une nouvelle génération de Canadiens devient peu à peu nos leaders du sport et de la société, nous pouvons être fiers de voir que nos efforts continuent d'inspirer l'excellence sur le terrain de jeu et en dehors de celui-ci.





**OLYMPIQUE.CA**

# MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

---

En 2018, le travail collaboratif de tous les membres du système sportif a démontré qu'Équipe Canada était une force positive dans ce pays, tant sur le terrain de jeu qu'à l'extérieur.



En février, le Canada a connu la meilleure performance de son histoire aux Jeux olympiques d'hiver avec une récolte record de 29 médailles, 30 meilleurs résultats à vie et 40 performances parmi les cinq premiers, démontrant ainsi la pleine signification de « Sois olympique ».

Ces résultats sans précédent témoignent du travail inlassable de tous les membres de notre communauté au cours de la dernière année. En collaborant étroitement pour améliorer les infrastructures pour les athlètes, les entraîneurs et les organisations dans l'ensemble du réseau sportif, nous mettons tout en œuvre afin d'offrir un avenir prometteur au sport canadien.

Nos partenaires corporatifs sont aussi derrière nous.

Le monde des affaires à travers le pays a contribué à l'amplification de notre travail grâce à ses investissements et en se joignant à notre talentueuse équipe du Marketing pour

élaborer des programmes novateurs visant à accroître la notoriété du système sportif chez tous les Canadiens.

Le soutien aux initiatives de développement locales et de la prochaine génération, telles que le Camp des recrues RBC, le programme FACE de Petro-Canada (Favoriser les athlètes et les entraîneurs à la conquête de l'excellence) et Plan de match, parrainé par Deloitte, aide nos athlètes canadiens de manière novatrice tout au long de leur carrière.

Bien que nous soyons extrêmement inspirés par le succès de nos équipes au cours de la dernière année, y compris les médailles remportées en 2018, je crois que nous sommes également inspirés par la manière dont le Canada a adopté les valeurs qui sont chères à chacun et chacune d'entre nous.

Notre système sportif national reflète l'engagement du Canada à l'égard des valeurs d'intégrité, d'inclusion et d'égalité.

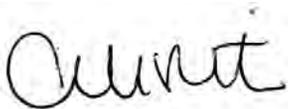
En 2018, nous avons fièrement organisé de nombreux événements célébrant ces valeurs, qu'il s'agisse de la toute première intégration de la Maison internationale de la Fierté au sein d'une Maison olympique nationale à PyeongChang, de soutenir le premier Forum des athlètes de l'AMA à Calgary, de la cérémonie rétroactive de remise des médailles de Christine Girard à Ottawa en décembre, une célébration de la victoire grâce au sport propre, nos efforts ont reflété le dévouement du COC et de notre système sportif à vivre selon nos valeurs.

Les annonces récentes par le gouvernement fédéral d'une unité d'enquête indépendante et d'un service d'assistance téléphonique confidentiel national hébergé au sein du CRDSC constituent un autre pas dans la bonne direction pour rendre le sport sécuritaire pour tous.

Nous devrions être fiers des rôles que nous avons tous joués pour accomplir tout cela et célébrer les progrès réalisés par le système sportif en 2018 afin de rendre le sport non seulement plus inclusif et accueillant, mais aussi plus sécuritaire.

Équipe Canada s'emploie à faire en sorte que ces valeurs olympiques soient adoptées bien au-delà des Jeux olympiques et que « Sois olympique » nous inspire dans tout ce que nous faisons. Merci pour tout ce que vous faites pour le sport. Il ne fait aucun doute que nous sommes plus forts grâce au travail que nous accomplissons ensemble.

Cordialement,



Tricia Smith

# MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION

---

Ensemble, nous pouvons utiliser le pouvoir du sport pour apporter de la joie et promouvoir l'unité à travers le Canada.



Je me suis joint au Comité olympique canadien en janvier 2019 après avoir passé plusieurs années à l'étranger dans le domaine du sport. Avoir la possibilité de diriger le COC et les personnes exceptionnelles qui y travaillent est un rêve devenu réalité. Je suis fier de faire partie d'un organisme si profondément attaché à l'excellence.

Mon mandat démarre après une année incroyable. En 2018, le Comité olympique canadien a démontré pourquoi il est l'un des leaders internationaux dans la promotion du sport amateur. Équipe Canada a non seulement remporté un nombre record de médailles aux Jeux de PyeongChang, nous avons aussi atteint des niveaux sans précédent en matière de couverture médiatique, mis en œuvre une programmation phénoménale à travers le Canada et lancé une conversation à l'échelle du pays sur les valeurs canadiennes.

J'ai hâte de travailler avec nos intervenants et l'ensemble de la communauté sportive pour continuer d'investir dans le succès et le nombre de médailles d'Équipe Canada, de renforcer le système sportif et de défendre l'égalité, l'intégrité et l'inclusion.

Le Mouvement olympique est un outil puissant. Ensemble, nous pouvons utiliser le pouvoir du sport pour apporter de la joie et promouvoir l'unité à travers le Canada.

Cordialement,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "David Shoemaker". The signature is fluid and cursive, with a large, stylized initial "D" and "S".

David Shoemaker

## SPORT

# UNIS DANS LA QUÊTE

Notre système sportif s'améliore continuellement et c'est ce qui a permis au Canada d'obtenir les meilleurs résultats de son histoire aux Jeux olympiques d'hiver et de préparer le terrain pour une réussite durable.



## EXCELLENCE DU SYSTÈME

### Récapitulatif des services et du leadership des FNS :

- Sommet de leadership des fédérations nationales de sport en 2018;
- Ligne d'assistance pour les chefs de direction des FNS;

- Transfert des connaissances : webinaires, apprentissage coopératif, carrefour des ressources des FNS;
- 70 projets soutenant 41 FNS de 2017 à 2020;
- Investissement de 5 millions de dollars dans le cadre de l'initiative de renforcement des FNS 2.0;
- Programme de sport sécuritaire de Natation Canada;
- Initiative de Cyclisme Canada pour ses finances, ses ressources humaines et ses communications web;
- Élaboration de la marque de l'équipe nationale de Plongeon Canada et de sa stratégie pour les médias sociaux;
- Élaboration de la marque de l'équipe nationale de Plongeon Canada et de sa stratégie pour les médias sociaux;
- Application mobile et programme d'adhésion des clubs de Volleyball Canada;
- Travail de collaboration entre Alpine Canada Alpin, Canada Snowboard et Freestyle Canada pour la mise en œuvre de la Journée nationale du ski et du snowboard;
- Campagne « Notre raison d'être » (« *We Were Born To Do This*») d'Athlétisme Canada et « Athlétisme de rue dans le 41Six » (« *Street Track in the Six* »);
- Pratiques éthiques et programme de gestion des risques de Patinage Canada pour les clubs et les écoles;
- Programme d'harmonisation du système et d'implication des acteurs clés de Patinage de vitesse Canada;
- Développement de la culture des employés et du leadership de Rugby Canada;
- Développement du conseil d'administration de Tir à l'arc Canada et Skateboard Canada.



**MARKETING DES ATHLÈTES** – Le 22 novembre, Équipe Canada a lancé OLY Canada, notre toute première plateforme dédiée aux Olympiens d'Équipe Canada sur laquelle on peut trouver de l'information, des ressources et des occasions de demeurer impliqué et de promouvoir le Mouvement olympique. Une définition officielle du terme «Olympien(ne) d'Équipe Canada» a été élaborée et approuvée par le conseil d'administration. Nous avons renoué des liens avec des dizaines d'Olympiens des Jeux antérieurs et, pour la toute première fois, nous avons souligné le 10<sup>e</sup> et le 50<sup>e</sup> anniversaire des Jeux olympiques.

---

**“Merci pour les ravissantes mitaines et la carte avec la photo qui m’a fait pleurer! Cette photo de l’ouverture des Jeux de Grenoble m’a rappelé tant de souvenirs! C’est tellement apprécié!”**

---

— *Marcia Beckner, patineuse de vitesse, 1968*

OLY est un concept qui a été élaboré par l'Association mondiale des Olympiens (World Olympians Association) et lancé en novembre 2017. Les lettres OLY sont des lettres postnominales comme PhD et MD, qui offrent aux Olympiens une reconnaissance éternelle pour leurs années de dur labeur, de dévouement et de promotion des valeurs olympiques. L'équipe de marketing des athlètes a développé l'identité d'OLY Canada en se basant sur ce concept. Ce travail a permis au Comité olympique canadien de se positionner en tant que chef de file international pour les programmes et l'engagement des Olympiens retraités.

Plus de 1,5 million de dollars ont été remis directement aux athlètes en 2018 par le biais d'initiatives de marketing des athlètes, excluant les ententes de commandite personnelles, les présences aux activités des FNS ou de tout autre élément ne concernant pas le COC. Ces initiatives comprennent le programme un avenir en couleur de HBC et le programme Alimenter l'excellence des athlètes et des entraîneurs (AEAE) de Petro-Canada. Plus de 1100 athlètes d'Équipe Canada ont participé à plus de 220 événements au cours de l'année civile 2018.



**ÉDUCATION, JEUNESSE ET COMMUNAUTÉ** – Équipe Canada a démontré son engagement en faveur de la diversité et de l’inclusion par sa participation continue aux activités de la Fierté à travers le pays. En 2018, plus de 250 athlètes, membres du personnel et bénévoles d’Équipe Canada ont participé à 10 défilés à travers le Canada. De plus, nous avons des boutiques temporaires «Sois toi» dans le cadre des festivités des weekends de la fierté gaie de Toronto et Montréal. S’inscrivant sous la thématique de notre campagne «Sois olympique», les boutiques temporaires ont offert aux supporters la possibilité d’acheter des chandails personnalisés portant un message d’inclusion, ce qui a permis d’amasser 15 000 \$ pour soutenir la fondation You Can Play. L’équipe a travaillé en collaboration avec Pride House International et le Centre coréen pour la culture et les droits des minorités sexuelles afin de mettre sur pied la Maison de la fierté de PyeongChang. C’était la première fois qu’un comité national olympique organisait une Maison de la fierté dans l’environnement des Jeux.

En 2018, notre équipe Éducation s’est associée à Classroom Champions pour favoriser les contacts directs entre des Olympiens et des étudiants canadiens. Les quatre discussions en direct avec modérateur furent un succès. Les athlètes ont discuté de l’établissement d’objectifs, de la réussite et des moyens de surmonter des échecs en lien avec leurs expériences vécues aux Jeux olympiques. Les athlètes ont rencontré plus de 250 000

étudiants d'un océan à l'autre. Ce partenariat a permis au programme scolaire olympique canadien de produire plus de 100 ressources éducatives offertes gratuitement. Ces ressources ont été téléchargées plus de 100 000 fois en 2018 par des éducateurs, des athlètes, des entraîneurs et des groupes communautaires, ce qui leur a permis de promouvoir les valeurs olympiques. En février seulement, elles ont été téléchargées plus de 45 000 fois.

## **EN CHIFFRES:**

*Message d'accueil de la Maison olympique du Canada :*

- **100** histoires;
- portée estimée de **34,479,628**;
- Valeur estimée de la couverture médiatique de **\$98,626.63**.

*Programme scolaire olympique canadien:*

- **106,871** téléchargements;
- **343,157** visites sur le site Web;
- **12,401,078** impressions médiatiques.

*Journée olympique:*

- **20** célébrations pour la Journée olympique ont été organisées dans des communautés à travers le pays;
- Plus de **36,000** participants ont célébré la Journée olympique en 2018 (augmentation de **55%** comparativement à 2017);
- **30** Olympiens d'Équipe Canada ayant participé aux Jeux entre 1976 et 2018 ont participé aux célébrations en 2018;
- Les inscriptions sur le portail de la Journée olympique ont augmenté de **175%**.

*Parades de la Fierté gaie et boutique temporaire « Sois toi » :*

- **2** activations à la boutique temporaire « Sois toi »;
- **10** parades à travers le pays;
- **250+** participants;
- **\$15,000** amassés et remis à la fondation You Can Play;
- **188 millions** d'impressions médiatiques gratuites.

**PLAN DE MATCH** – En 2018, nous avons continué à faire connaître Plan de match et avons contacté le plus grand nombre possible d'athlètes passés et présents. Nous avons veillé à ce que les athlètes et les entraîneurs participant aux Jeux olympiques d'hiver de

PyeongChang aient plusieurs occasions de discuter avec des représentants de Plan de match, incluant les deux membres de l'équipe présents aux Jeux. La portée de notre programme s'est concrétisée avec la participation de 130 athlètes, un nombre record, au sommet Plan de match à Calgary en mai.

---

**“Plan de match a changé ma vie... C'est tout simplement incroyable d'avoir la possibilité de poursuivre des opportunités de développement personnel.”**

---

— Répondant au sondage de Sport Canada

Cette année, Plan de match a lancé un nouvel événement marquant : la Journée Plan de match au Canada. Le 5 juin 2018, 61 athlètes de 32 sports ont visité cinq bureaux de Deloitte à travers le Canada pour une demi-journée de stage d'observation, de simulation d'entrevue et de réseautage. Des liens significatifs ont été établis, permettant à un des athlètes d'obtenir un emploi à temps plein au sein de l'entreprise

## **EN CHIFFRES:**

- **20** programmes et services différents mis à la disposition des athlètes ou en cours de développement;
- **29** événements et ateliers régionaux et nationaux organisés;
- **97%** des athlètes présents au sommet Plan de match y participeraient à nouveau;
- **5%** des participants recommanderaient le sommet Plan de match à leurs coéquipiers;
- **99%** des participants recommanderaient la Journée Plan de match au Canada à leurs coéquipiers;
- Plus de **1,500** interactions significatives entre les conseillers et les athlètes.



## **JEUX : EXCELLENCE DU RENDEMENT**

Grâce à des idées novatrices, des améliorations apportées suite à des Jeux antérieurs, une préparation de grande qualité et l'amélioration des niveaux de service, l'exécution de notre logistique et de nos opérations durant les Jeux de 2018 à PyeongChang a été sans faille. L'équipe de planification des Jeux a mis sur pied près de 90 nouvelles initiatives, dont un système de transport centralisé, qui ont permis d'offrir une expérience optimale à Équipe Canada à ces Jeux.

Nos initiatives améliorées mises en place pour les Jeux se sont étendues à tous les niveaux de l'organisation, permettant à toutes les équipes du COC et aux FNS d'harmoniser leurs objectifs de planification et de réalisation pour les Jeux. Cette harmonisation a rehaussé l'engagement de l'équipe de mission, simplifié le partage d'informations avec les FNS en plus de permettre à tous de prendre davantage conscience des exigences auxquelles cette équipe fait face pendant les Jeux.

Un des objectifs principaux de notre équipe est d'être perçue comme un partenaire pour la performance. De plus, nous voulons nous assurer que les directeurs de haute performance et les chefs d'équipe des fédérations nationales sentent que les problèmes et les lacunes sont traités et résolus de manière proactive et efficace. Les participants à notre sondage

diffusé après les Jeux ont accordé une note de 4,5/5 au COC pour la catégorie «partenaire de performance». De plus, 100 % des répondants ont attribué une note positive ou excellente concernant l'attention portée par le COC aux défis et aux lacunes.

## LA PLANIFICATION DES JEUX EN CHIFFRES:

### *PyeongChang 2018*

Athlètes: **225**

Personnel de soutien (FNS): **217**

Équipe de mission: **162**

Médailles: **29**

### *Buenos Aires 2018*

Athlètes: **72**

Personnel de soutien (FNS): **32**

Équipe de mission: **11**

Médailles: **11** (9 pour le Canada+ 2 Canadiens faisant partie d'une équipe mixte avec d'autres pays)

- **14** conteneurs d'expédition en Corée pour PyeongChang 2018;
- Le programme de reconnaissance des entraîneurs a attribué un total de 220 000\$ à **50** entraîneurs;
- **189** athlètes ont reçu un total de 1820 000 \$ pour avoir terminé parmi les cinq premiers aux championnats du monde en été (ou des compétitions équivalentes) et parmi les trois premiers aux Jeux olympiques d'hiver;
- Plus de **350+** courriels reçus concernant des demandes de bénévolat auprès du COC pour Tokyo 2020;
- **677** sacs de bagages;
- **2,501** vols réservés;
- **4,002** heures conduites par des chauffeurs embauchés par le COC durant PyeongChang 2018;
- **5,941,074** km parcourus par les membres d'Équipe Canada pour PyeongChang 2018.



En novembre 2018, le Comité olympique canadien a nommé le double Olympien Douglas Vandor au poste de chef de mission d'Équipe Canada pour Lima 2019. Il a été choisi pour agir à titre de porte-parole d'Équipe Canada, pour conseiller pour les athlètes, les entraîneurs et le personnel et pour créer un environnement propice à des performances optimales aux Jeux panaméricains.

Notre équipe des Jeux a utilisé les leçons apprises à PyeongChang pour les appliquer à la planification des Jeux, en commençant par la préparation des Jeux panaméricains de Lima en 2019 et ensuite, pour Tokyo 2020. L'équipe a travaillé à harmoniser la planification de ses opérations à Lima et à Tokyo afin d'utiliser les ressources disponibles le plus efficacement possible. Grâce à une communication constante avec nos partenaires des FNS et du sport, nous avons veillé à ce que tous les intervenants demeurent engagés et informés de notre processus de planification.

En juillet, notre équipe a effectué une visite à Tokyo avec six FNS et nos partenaires du sport avec pour objectif principal de faire l'expérience de la chaleur et de l'humidité qui seront des facteurs déterminants en 2020. Des spécialistes de la météorologie, de la physiologie et des sciences médicales ont pris part à ce voyage. Un groupe de travail

multipartite surnommé «Tokyo Environment» (Environnement de Tokyo) a ensuite été formé pour assurer une préparation optimale et élaborer des stratégies pour l'équipe olympique de 2020. En décembre, les chefs d'équipes, accompagnés de 29 participants provenant de 10 FNS et de partenaires du sport, se sont rendus à Beijing pour voir les sites et visiter les trois zones des Jeux, devenant ainsi un des premiers comités olympiques nationaux à officiellement rendre visite au comité d'organisation de Beijing 2022. De plus, d'autres visites dans les villes hôtes ont été effectuées afin de renforcer les relations avec le comité d'organisation, les partenaires et les contacts locaux.

## JEUX: PERFORMANCE OLYMPIQUE

Le département de la Performance olympique a pour mandat d'aider les équipes à arriver aux Jeux olympiques prêtes à offrir une haute performance. Ce mandat s'effectue selon une approche à facettes multiples, axée sur sept compétences clés spécifiques aux Jeux olympiques qui concernent la planification, la communication, l'environnement à deux niveaux, la dotation en personnel à l'interne, la familiarisation et la simulation, la qualification, l'environnement incontrôlable et la vie après les Jeux. Tout cela s'est poursuivi afin de faire de grands progrès pour créer une culture de performance au sein d'une équipe inspirée et unie qui travaille ensemble, comme une seule équipe, à travers tout le système sportif.



**INCARNE TA  
RAISON D'ÊTRE**

**LAB OLYMPIQUE** – La première rencontre des espoirs olympiques de Tokyo 2020 a eu lieu les 4 et 5 décembre à Montréal. Le Lab olympique est notre événement marquant pour les FNS qui se préparent pour les Jeux olympiques. Nous avons accueilli 187 athlètes, entraîneurs, chefs d'équipe, chefs des équipes de soutien intégrées, consultants en performance mentale et partenaires du sport qui ont participé à 25 heures de cours intenses et de travail d'équipe. Sous le thème IKIGAI, un concept japonais signifiant « la raison pour laquelle vous vous levez le matin », l'évènement a mis en vedette la nageuse de longue distance Diana Nyad, le champion olympique et fondateur de Right to Play, Johann Koss, et l'icône de la lutte canadienne Daniel Igali. Les participants ont été inspirés par les médaillés olympiques Sam Edney et Alex Gough qui ont raconté leur extraordinaire histoire de résilience individuelle au milieu d'un environnement incontrôlable aux Jeux. Les participants au Lab olympique ont été entraînés dans un périple alors qu'ils ont tiré des leçons de gens ayant réalisé de grandes performances en plus d'expérimenter la pleine conscience avec l'entraîneur Peter Kirchmer. Ils ont aussi évalué de manière approfondie leurs propres objectifs dans le cadre d'un atelier animé par la Dre Karen MacNeil.

**COOP OLYMPIQUE** – En un peu plus d'un an, le programme de COOP s'est considérablement développé au sein du système sportif. Ce programme pair-à-pair est conçu pour rassembler les membres d'Équipe Canada occupant des rôles identiques dans différentes fédérations sportives afin de discuter de « ce qui les empêche de dormir la nuit ». Au cours d'un appel vidéo de 90 minutes, les pairs trouvent des solutions à leurs défis quotidiens, guidés par un conseiller en leadership. Ensemble, ils élaborent des solutions à utiliser dans leurs propres FNS. Ces appels sont offerts aux chefs de direction, directeurs de haute performance, entraîneurs, consultants en performance mentale et membres des équipes de soutien intégré.

---

“Bien que ce soit difficile de trouver du temps dans mon horaire pour parfaire mon développement professionnel, je suis toujours heureux de l'avoir fait, une fois que c'est terminé. Il s'agissait de ma deuxième séance d'apprentissage entre pairs et les deux m'ont été extrêmement utiles. C'est un excellent investissement de notre temps.”

---

— Participant à la COOPÉRATIVE olympique

Au cours des 12 mois qui ont suivi le lancement du programme, on comptait 271 participants provenant de 47 FNS. Les participants ont donné aux conseillers en leadership un résultat de 4,7/5 en moyenne et plus de 89 % des participants interrogés ont déclaré que ce programme les avait aidés à atteindre leur objectif de résolution de problèmes.

Certains des thèmes abordés étaient: la sécurité dans le sport, la création d'une culture, la motivation des athlètes tout au long de l'année et l'intelligence émotionnelle. Plus récemment, le programme a été élargi pour être proposé à l'interne au COC. L'équipe de performance olympique, les cadres supérieurs et les directeurs pourront en bénéficier dans le cadre d'une réunion à l'extérieur des bureaux.

En 2019, nous continuerons d'explorer comment ce processus éprouvé peut aider à résoudre des problèmes et à trouver des solutions créatives au sein du COC et d'autres groupes.

**PROGRAMME DE PERFECTIONNEMENT DES ENTRAÎNEURS** – Le programme a eu un impact important en peu de temps. Au total, 115 entraîneurs impliqués ont participé à diverses activités, incluant des ateliers organisés à travers le RISOP du Canada, le développement professionnel personnalisé et l'initiative du programme Les entraîneures. Deux entraîneurs ont été soutenus financièrement dans le cadre du programme de réintégration et de rétention. Plus de 150 entraîneurs se sont déjà inscrits pour le sommet des entraîneurs en 2019.

**GRANDS JEUX CANADA** – Une autre preuve éclatante de la plus grande harmonisation au sein du système sportif : le Groupe de travail des détenteurs de droits de franchise a changé de nom pour devenir Grands Jeux Canada (GJC) et une nouvelle page d'accueil a été créée: <http://www.grandsjeux.ca/>. Grands Jeux Canada est responsable de la gestion et de la coordination des jeux multisports au Canada et à l'étranger. Leur mandat est de développer un modèle optimal de prestation de services dans le sport, offrant aux athlètes et aux entraîneurs la possibilité de performer à leur plus haut niveau lors de jeux multisports. Tous les détenteurs de droits partagent le même objectif, celui d'offrir une expérience positive et enrichissante à leur clientèle dans un environnement de jeux multisports. Dans un contexte d'engagement et de désir communs, les détenteurs de droits travaillent en collaboration dans une approche consolidée et harmonisée afin de développer des partenariats stratégiques qui permettront à leurs clientèles principales d'être encore mieux desservies.

**L'INITIÉ** – Le bulletin L'Initié du COC publie environ trois articles par mois qui couvrent trois domaines parmi nos activités. Avec plus de 1800 abonnés en anglais et en français, nous surpassons les normes de l'industrie au chapitre du «taux d'ouverture» et du «taux de clic». Au cours des trois dernières éditions, nous avons obtenu un «taux d'ouverture» de 55 %, comparativement à la moyenne de notre secteur qui est à 21 %, et nous avons obtenu un «taux de clic» de 21 % comparativement à une moyenne de 2,6 % à l'échelle du secteur. Ceci démontre clairement que L'Initié est apprécié et que le contenu partagé est pertinent et utile pour nos publics cibles.

# MARKETING

## VERTU ET VICTOIRE

En 2018, l'équipe du Marketing a souligné des moments forts de la vie de nos athlètes qui ont mis en valeur le meilleur de nous-mêmes - les valeurs qui définissent ce que signifie d'être Canadien et d'incarner le « Sois olympique ».



### MARKETING DE LA MARQUE

Cette année, l'équipe de marketing de la marque s'est employée à intégrer notre plateforme «Sois olympique» à l'ensemble de ce que produit le Comité olympique canadien. Grâce au développement de nos nouveaux piliers de la marque, nous avons

concentré nos efforts à connecter les Canadiens avec les idéaux de la plateforme «Sois olympique». Chacun des quatre piliers s'adresse aux différents segments de l'auditoire d'Équipe Canada et contribue à élargir la portée de notre marque au-delà des Jeux olympiques.

La campagne «Sois toi» a été la première activation de la marque à utiliser la plateforme «Sois olympique». Cette campagne a été élaborée pour célébrer la Fierté à l'été 2018 et s'inscrit dans la stratégie du COC en matière de diversité et d'inclusion. À Toronto et à Montréal, des chandails personnalisés ont été offerts aux supporteurs moyennant un don minimum de 10 \$ pour soutenir la fondation You Can Play, un partenaire du COC qui veille à ce que le sport offre un environnement sécuritaire et inclusif à la communauté LGTBQ+.

Avant les Jeux de 2018 à PyeongChang, l'équipe a organisé et mis sur pied la célébration de départ Molson Canadian pour l'équipe olympique canadienne qui s'est tenu le 6 janvier 2018 au Big White Ski Resort à Kelowna, en Colombie-Britannique. Cet événement a rendu hommage à Équipe Canada à l'aube des Jeux olympiques d'hiver de 2018 à PyeongChang. Plus de 20 athlètes et 6 000 amateurs se sont rassemblés pour célébrer pendant une journée complète qui s'est conclue par une performance de July Talk, lauréate d'un prix Juno. L'évènement a permis d'effectuer un certain nombre d'activations de nos partenaires marketing, notamment Molson, Sport Chek et Toyota.

Aux Jeux de PyeongChang, l'équipe de la marque a organisé la première ouverture de la Maison olympique du Canada depuis les Jeux de Salt Lake City en 2002. Plus de 15 000 visiteurs ont été accueillis au cours des 17 journées des Jeux olympiques d'hiver. La maison a offert une expérience accueillante et typiquement canadienne en plus de présenter un nombre record d'activations de nos partenaires commerciaux et une programmation améliorée mettant régulièrement l'accent sur des célébrations sportives. La programmation comprenait des événements spéciaux tels que des concerts du groupe rock canadien The Arkells, qui a aussi offert une performance à la fermeture de la maison à la fin des Jeux. De plus, la Maison olympique du Canada a été l'hôte de la Maison de la fierté. C'était la première fois que la Maison de la fierté était directement affiliée à un comité national olympique et accueillie par celui-ci.

## EN CHIFFRES:

### Statistiques sur la santé de la marque d'Équipe Canada :

- **47%** des Canadiens sont des **supporteurs** d'Équipe Canada;
- **80%** des Canadiens **s'intéressent** à Équipe Canada;
- **90%** des Canadiens **estiment** qu'Équipe Canada incarne les valeurs olympiques.

## **Maison olympique du Canada:**

- **86% des répondants au sondage** ont déclaré avoir apprécié la Maison olympique du Canada;
- **Plus de 15 000 visiteurs au total** à la Maison olympique du Canada (environ 800 par jour);
- **164 millions d'impressions** médiatiques.

## **'Sois toi':**

- **Plus de 15 000\$** remis à la fondation You Can Play;
- **71 millions** d'impressions médiatiques générées par la boutique temporaire pendant deux jours.

## **Party de départ Molson Canadian pour l'équipe olympique canadienne :**

- **Plus de 6 000 participants présents** au Big White Resort à Kelowna;
- **3,1 millions** d'impressions médiatiques gratuites.

## **MÉDIAS NUMÉRIQUES**

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.

SportCal Media, un des principaux fournisseurs mondiaux de données complètes sur le marché du sport, en partenariat avec Hookit, un chef de file dans le domaine de l'analyse de commandites et de l'évaluation des médias sociaux et numériques pour le sport, a annoncé que parmi tous les comités olympiques nationaux présents à PyeongChang 2018, le COC avait obtenu le plus grand nombre d'interactions entre les amateurs sur les médias sociaux.

Le monde a suivi les chaînes @teamcanada et @equipecanada à PyeongChang, qui ont obtenu plus de 6 milliards d'impressions médiatiques gratuites sur la période des Jeux. Une analyse concurrentielle des CNO effectuée après les Jeux a révélé qu'Équipe Canada comptait le plus grand nombre d'abonnés à ses chaînes par habitant et occupait le troisième rang au chapitre du plus grand nombre d'interactions par habitant.

## 2018 EN CHIFFRES:

- **161 800 nouveaux membres** (397 500 au total) du Club olympique canadien présenté par Bell;
  - **976 000 interactions** en lien avec les prix offerts par le Club olympique canadien présenté par Bell;
  - **2 millions d'abonnés** aux comptes Facebook, Instagram et Twitter d'Équipe Canada;
  - **23,4 millions de visionnements de vidéos** sur les chaînes Facebook, Instagram, Twitter et YouTube d'Équipe Canada, soit une augmentation de 2240% par rapport à 2016;
  - **25,9 millions de pages vues** sur Olympic.ca et Olympique.ca, une augmentation de 127 % par rapport à 2016;
  - **48,1 millions d'interactions** sur les chaînes Facebook, Instagram et Twitter d'Équipe Canada;
  - **8,9 milliards d'impressions gratuites** dans les médias.
- 

### Réalisations de l'équipe des médias numériques en 2018:

**LE CLUB OLYMPIQUE CANADIEN, PRÉSENTÉ PAR BELL** – Le Club olympique canadien présenté par Bell 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 contenu exclusif, de récompenses et de concours mettant en vedette des produits dérivés autographiés et des produits ou expériences offerts par nos partenaires. En 2018, ces activités ont été accueillies positivement et ont permis d'augmenter de 161 800 le nombre de membres pour terminer l'année avec 397 500 membres du Club olympique canadien. Les prix offerts par le Club ont généré 976 000 interactions, une augmentation de 219 %. Enfin, nous avons effectué une évaluation du cycle de vie du Club qui nous a permis de développer de nouvelles façons de segmenter et de cibler les utilisateurs tout en créant de nouvelles études sur les publics et des idées qui pourront être exploitées prochainement.

### OLYMPIC.CA / OLYMPIQUE.CA:

À PyeongChang 2018, Équipe Canada a atteint son plus important total de pages vues sur Olympic.ca/Olympique.ca, au-delà des projections par plus de 200 % et doublant ce qui a été généré à Rio 2016 avec plus de 21 millions de pages vues.

Bien que la couverture d'Équipe Canada aux Jeux olympiques et aux championnats du monde ait prévalu en 2018, l'accent a aussi été placé sur le travail en coulisse pour

améliorer l'expérience usager. L'équipe a profité d'outils pour analyser ce que les partisans recherchaient et pour créer du contenu qui obtenait des résultats, notamment la mise à jour du contenu archivé pour tenir compte de tout changement aux bios des athlètes ou aux pages de sport. L'équipe a aussi amélioré la vitesse de chargement des pages sur l'ensemble du site et a poursuivi l'optimisation des recherches du nouveau et de l'ancien contenu pour améliorer l'expérience usager.

## **PLATEFORMES DE MÉDIAS SOCIAUX D'ÉQUIPE CANADA:**

**INSTAGRAM:** Notre chaîne Instagram a reçu plus de 6,9 millions d'engagements en 2018, une augmentation de 292 % par rapport à 2017. Nous avons vérifié les chaînes des athlètes de PyeongChang 2018 sur la plateforme et intégré les athlètes de Rio 2016 à des publications en direct au cours des Jeux d'hiver, permettant à ces athlètes d'accroître leur visibilité, leur portée et leurs interactions. Cette année, nous avons profité du changement radical dans la consommation vidéo sur les médias sociaux pour partager notre plus grand volume de contenu vidéo sur Instagram à ce jour, ce qui nous a permis d'augmenter le nombre total d'interactions d'Équipe Canada. En tirant parti des nouvelles fonctionnalités de la plateforme, notre équipe est parvenue à créer un contenu interactif efficace qui a augmenté les interactions avec les partisans et le trafic vers olympique.ca. Avec une croissance de plus de 67 % de ses abonnés, ce réseau social continu d'être le plus engagé.

**FACEBOOK:** Grâce à notre partenariat avec Facebook (le plus important du genre à PyeongChang), nous avons créé une possibilité d'ajouter du contenu de marque et nous avons intégré Sport Chek au studio Facebook Live d'Équipe Canada. Cette initiative a permis aux partisans à travers le monde d'être en contact avec la Maison olympique canadienne en obtenant du contenu exclusif avec les athlètes et les partisans d'Équipe Canada, ce qui a généré 3,6 millions de visionnements de vidéos. Nous avons une fois de plus profité de l'algorithme favorable au contenu vidéo pour toucher un public anglophone et francophone avec un contenu personnalisé unique.

**TWITTER:** Grâce à notre partenariat avec Twitter, nous avons créé des «moments» autour des événements marquants du Canada à PyeongChang et avons veillé à ce que le contenu d'Équipe Canada soit intégré à ce qui était tendance. En présentant notre premier direct sur Twitter à des Jeux olympiques, nous avons mis en contact les abonnés avec des médaillés canadiens moins de 24 heures après leur performance. Nous continuons de positionner @TeamCanada en tant que source incontournable pour les nouvelles sur les athlètes canadiens. Notre pseudo en français, @Equipe\_Canada a consolidé sa position parmi les plus importantes chaînes sportives numériques francophones au pays.

**SNAPCHAT:** Par le biais de «collaborateurs», nous avons donné aux partisans un accès en coulisses à Buenos Aires 2018 et PyeongChang 2018, ce qui nous a permis de bâtir des relations individuelles avec notre jeune public. En utilisant le statut «histoires officielles»,

nous avons élargi l'étendue et la portée du contenu d'Équipe Canada tout en générant du trafic directement vers olympique.ca durant les Jeux de PyeongChang.



### **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 Bell cause pour la cause : 28,9 millions d'impressions médiatiques gratuites sur le contenu d'Équipe Canada;
- Calgary 2026 — Faire sortir le Oui / Get Out the Yes Vote : 6 millions d'impressions sur le contenu d'Équipe Canada;
- Camp des recrues RBC : 110 00 interactions sur les médias sociaux #CampdesRecruesRBC #RBCTrainingGround;
- Journée des mitaines rouges : 2,8 millions impressions et 550 000 visionnements de vidéos portant sur Équipe Canada.

**VENTES DU CONTENU DE NOTRE MARQUE** – Nous avons finalisé notre nouvelle stratégie de commercialisation axée sur les ventes numériques. L'équipe était fière d'avoir mis au point un tout premier modèle d'évaluation du contenu de notre marque, utilisé pour mettre à l'essai des concepts de vente visant à générer des revenus supplémentaires pour PyeongChang 2018 et pour la période quadriennale. Nous avons sollicité RBC, SportChek, SAS et Toyota pour générer des revenus supplémentaires de 502 000 \$ en utilisant nos

nouveaux outils de médias numériques, tout en offrant à nos partenaires une valeur de 8,6 millions de dollars en visibilité sur les médias sociaux pendant les Jeux.

**AUDIT DES CHÂÎNES ET DU CONTENU NUMÉRIQUES** – Alors que nous produisons constamment du contenu optimisé pour les recherches et les réseaux sociaux, l'équipe a pris le temps d'évaluer chaque action entreprise à travers un audit complet du contenu, des chaînes et des produits numériques, y compris une analyse concurrentielle actualisée. Les conclusions de l'audit nous ont permis de commencer à raffiner nos stratégies afin de continuer à obtenir les meilleurs résultats pour nos efforts dans ce monde en constante évolution.

**PROJET DU CYCLE DE VIE DES PARTISANS** – Nous avons terminé notre projet sur le cycle de vie des partisans et du Club, un projet qui comprenait la segmentation des partisans et des activités avec le public. Ce projet nous a aidés à identifier nos publics, le parcours d'un partisan chez nous et les occasions pour nous et nos partenaires d'augmenter la valeur des points de contact numériques et, finalement, les occasions de communiquer avec nos partisans passifs et occasionnels pour les convertir en membres du Club.

**TOURNAGE ET PRODUCTION DE VIDÉO** – 1300 publications vidéo ont été diffusées au cours des Jeux de PyeongChang, générant 22 millions de visionnements sur les chaînes d'Équipe Canada. En dehors des Jeux, d'autres productions vidéo majeures ont eu lieu, incluant un projet pilote d'une série de vidéos pour une campagne potentielle orientée vers la marque pour Tokyo 2020. De plus, nous avons tourné une série de vidéos avec Christine Girard dans le cadre de la reconstitution de la cérémonie de médailles diffusée en direct.

## COMMUNICATIONS

En 2018, l'équipe des communications a rehaussé le profil médiatique du Comité olympique canadien. De nouveaux outils ont été lancés, notamment l'application du Guide des médias d'Équipe Canada pour PyeongChang 2018. D'autres outils ont été mis à jour afin de fournir à nos partenaires médiatiques le meilleur accès possible aux dernières nouvelles concernant Équipe Canada. Nos efforts ont permis à Équipe Canada de connaître la meilleure année médiatique de son histoire avec plus de 5,7 milliards d'impressions médiatiques.

Alors que les athlètes canadiens prenaient le podium d'assaut à PyeongChang, l'équipe des communications s'est assurée qu'ils bénéficiaient d'une grande couverture d'un océan à l'autre pendant les Jeux. Nous avons veillé à ce que les médias aient accès aux informations les plus récentes à propos des athlètes d'Équipe Canada au cours de la compétition. Pour y parvenir, nous avons publié les résultats sur Twitter dès leur confirmation et les dernières nouvelles à partir du pseudo @TeamCanadaPR. Nous avons

envoyé des résumés quotidiens contenant des citations instantanées, des photos et un décompte des médailles en plus de fournir une nouvelle application améliorée du Guide des médias pour Android et iOS. En assurant un flux ininterrompu d'informations en temps réel sur les performances des athlètes canadiens, Équipe Canada a généré 13 479 articles de contenu médiatique local et plus de 3 milliards d'impressions médiatiques au cours des Jeux.



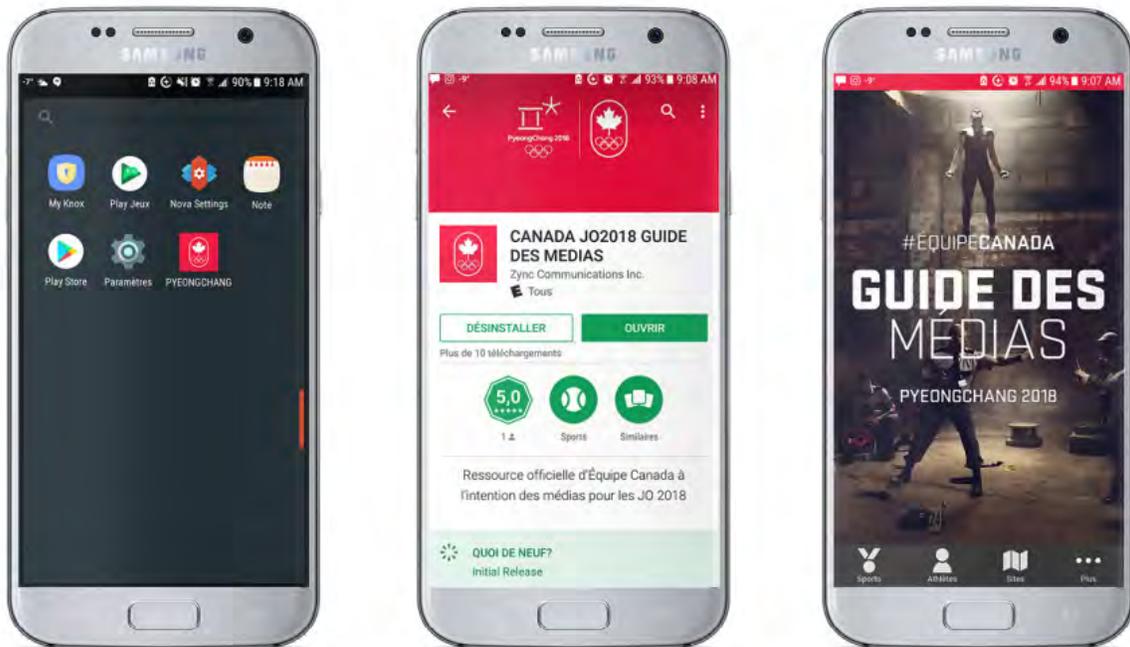
De plus, l'équipe des communications s'est occupée du processus d'accréditation des médias canadiens présents à PyeongChang. Au total, le COC a géré l'accréditation de 55 journalistes et photographes qui ont assuré la couverture nationale d'Équipe Canada. Ces médias accrédités ont contribué à plus de 3 milliards d'impressions médiatiques générées aux Jeux. Sur ces 3 milliards d'impressions médiatiques, 91 % ont été publiées avec un ton positif. La communication de messages clés aux intervenants principaux avant et pendant les Jeux aura grandement contribué à ce ton positif dans les médias.

Le lancement de la nouvelle et ambitieuse plateforme de la marque «Sois olympique» du Comité olympique canadien a propulsé la discussion autour du COC vers de nouveaux sommets. Avec près de 45 millions d'impressions dans les médias provenant de 154 articles, la campagne a dépassé de 69,8 % la portée médiatique de la campagne de Rio 2016 «Sang froid » et a surpassé de 16,9 % le sommet établi précédemment par la campagne #NOUSSOMMESLHIVER de Sotchi 2014.

La célébration PyeongChang 2018 d'Équipe Canada à Ottawa a donné une autre occasion aux Canadiens de célébrer les exploits des athlètes canadiens réalisés aux Jeux de PyeongChang. Divers médias tels que MSN Canada et The Hill Times ont couvert l'évènement de deux jours, générant 318 reportages et 55 278 371 d'impressions médiatiques.

## Vue d'ensemble de 2018

- Le COC a publié **124 communiqués, avis et déclarations**
- Les médias ont été invités à **20 événements** organisés par le Comité olympique canadien;
- Les évènements médiatiques ont généré **22 331 articles** sur Équipe Canada, ce qui représente une valeur de **19 286 496\$** en couverture médiatique gratuite et **5 706 958 706** d'impressions médiatiques;
- Équipe Canada a sélectionné **12 attachés de presse** et accredité **55 journalistes et photographes** pour couvrir les Jeux olympiques d'hiver de 2018 à PyeongChang;
- Les tweets de @TeamCanadaPR ont rejoint **2 652 013 utilisateurs** sur Twitter;
- L'application du Guide des médias d'Équipe Canada pour PyeongChang 2018 a été **téléchargée 8948 fois**, un record pour le COC.



## PARTENARIATS

Avec PyeongChang 2018 comme centre d'attention, la Maison olympique du Canada a été un point de contact privilégié pour nos partenaires. Au total, 18 partenaires marketing et stratégiques ont contribué au succès de la maison. Parmi les activations, notons : la Porte rouge de Canadian Tire et le Salon Celebration; le salon Bell de la famille et des amis; le Café Rêver grand de Petro-Canada; et le Patio d'Air Canada qui a accueilli la performance désormais emblématique de The Arkells Live à la Maison olympique du Canada.

L'équipe des partenariats a aussi tiré parti de PyeongChang 2018 pour lui permettre de nouer des liens avec ses partenaires. Accompagné par la championne olympique de Sochi 2014, Jennifer Jones, le COC a accueilli 26 hauts dirigeants provenant de sept Grands partenaires nationaux et Partenaires nationaux des Jeux. Cette initiative a permis à nos partenaires de faire l'expérience des Jeux olympiques et de constater par eux-mêmes l'impact de leurs commandites sur le soutien offert à Équipe Canada.

---

“Une série d'activités bien pensées, un bon moment pour nouer des relations avec d'autres partenaires, une bonne explication ce que l'argent de nos commandites permet de faire.”

---

— Partenaire marketing du COC

**Sur la base de nos succès de 2017, 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 2018 :**

**Le Camp des recrues RBC** RBC a organisé 31 épreuves de qualification et six finales régionales. En collaboration avec 14 FNS et sept régions du Réseau des instituts du sport olympique et paralympique du Canada. Ce programme a permis d'identifier des athlètes éventuellement admissibles au programme Olympiens de demain RBC. Depuis sa création, ce programme a identifié 600 athlètes possédant un grand potentiel et a offert plus de 1,3 million de dollars en financement.



**La Journée Plan de match de Deloitte** a eu lieu pour la première fois à travers le Canada en juin 2018. L'évènement d'une journée a permis à 60 athlètes de faire l'expérience d'une formation axée sur les compétences dans un environnement de travail immersif, ce qui leur est venu en aide dans leur transition vers la vie après le sport.

**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 plus de 0,5 million \$** touchant 55 athlètes et entraîneurs.

**Le programme de bourses HBC** a poursuivi son engagement en soutenant 50 athlètes grâce à un financement direct aux athlètes pour un total de 500 000 \$ en 2018. Le soutien continu offert aux athlètes canadiens à travers le programme des mitaines rouges de HBC a généré plus de 1 million de dollars pour la Fondation olympique canadienne.

En 2018, **le programme Athlètes branchés de Bell** a aidé plus de 1300 athlètes nationaux canadiens à rester en contact avec leur famille, sans frais, pendant leurs entraînements et leurs compétitions.

# FOUNDATION

## FINANCER LE FUTUR

---

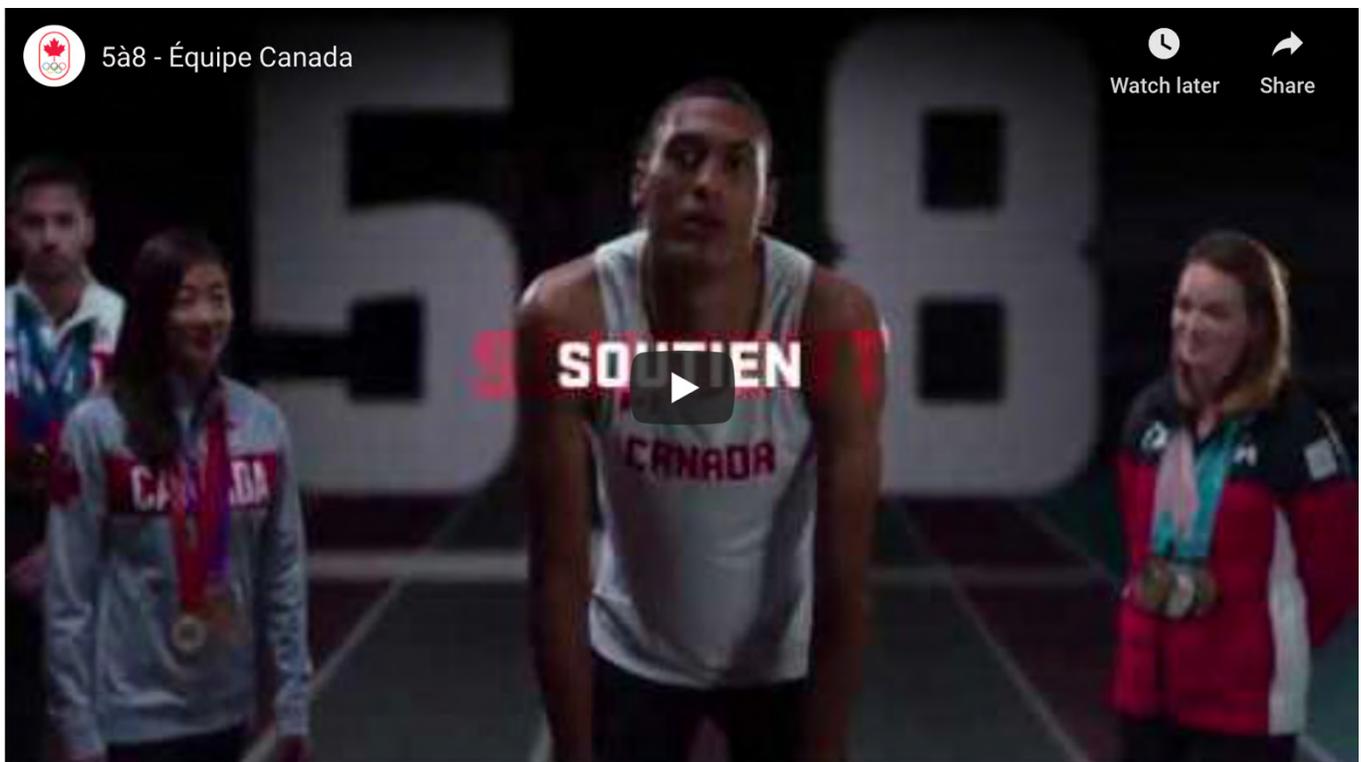
### Veiller au succès de la Prochaine génération d'Équipe Canada



La Fondation olympique canadienne encourage les Canadiens à faire partie du Mouvement olympique en investissant généreusement dans Équipe Canada par le biais de la philanthropie sportive. Au cours des 12 derniers mois, nous avons aidé à former et à soutenir nos Olympiens en mettant l'accent sur la prochaine génération dans diverses campagnes, évènements, subventions, bourses et prix. Une des principales priorités de la Fondation olympique canadienne est d'offrir une aide financière à nos futurs Olympiens. Les prochaines légendes olympiques s'entraînent en ce moment même. Ils se rendent à des compétitions, pratiquent leurs routines sans relâche et consacrent leur vie à leur sport. Les athlètes de la prochaine génération sont des athlètes talentueux de haut niveau qui

monteront sur un podium d'ici cinq ou huit ans. Cette année, grâce à Sport Canada qui a doublé les dons, 8 millions de dollars ont été versés à ces futurs Olympiens par l'intermédiaire d'experts du sport canadiens : nos fédérations nationales de sport et le Réseau des instituts du sport olympique et paralympique du Canada.

Inspirés par le don de 2,5 millions de dollars de la famille de David et Ruth Asper, nous avons lancé la plus importante campagne de l'histoire de la Fondation. Il s'agit du plus important don individuel fait au sport olympique par l'intermédiaire de la Fondation olympique canadienne. La Fondation a élaboré une campagne complète comprenant une vidéo de 30 secondes, générant une couverture d'un océan à l'autre et plus de 50 millions d'impressions médiatiques. Cette campagne a souligné l'importance de soutenir nos jeunes athlètes talentueux de haut niveau qui ont le potentiel de monter sur le podium.



---

“Nous croyons au pouvoir du sport et au pouvoir de la philanthropie. Ensemble, nous pouvons créer du soutien pour nos athlètes, nos entraîneurs et notre sport au Canada.”

---

— Paul McIntyre Royston, directeur exécutif

La Fondation est également fière de continuer à offrir de l'aide financière et du soutien par le biais de plusieurs bourses, subventions et récompenses, y compris le programme de bourses HBC, le prix Toller Cranston et le Fonds pour les futurs Olympiens.

Pour la troisième année consécutive, le programme de bourses HBC a permis à 50 athlètes de recevoir une bourse annuelle de 10 000 \$ pendant cinq ans, ce qui procure aux athlètes sélectionnés un financement durable pour les aider et les soutenir dans leur parcours olympique.

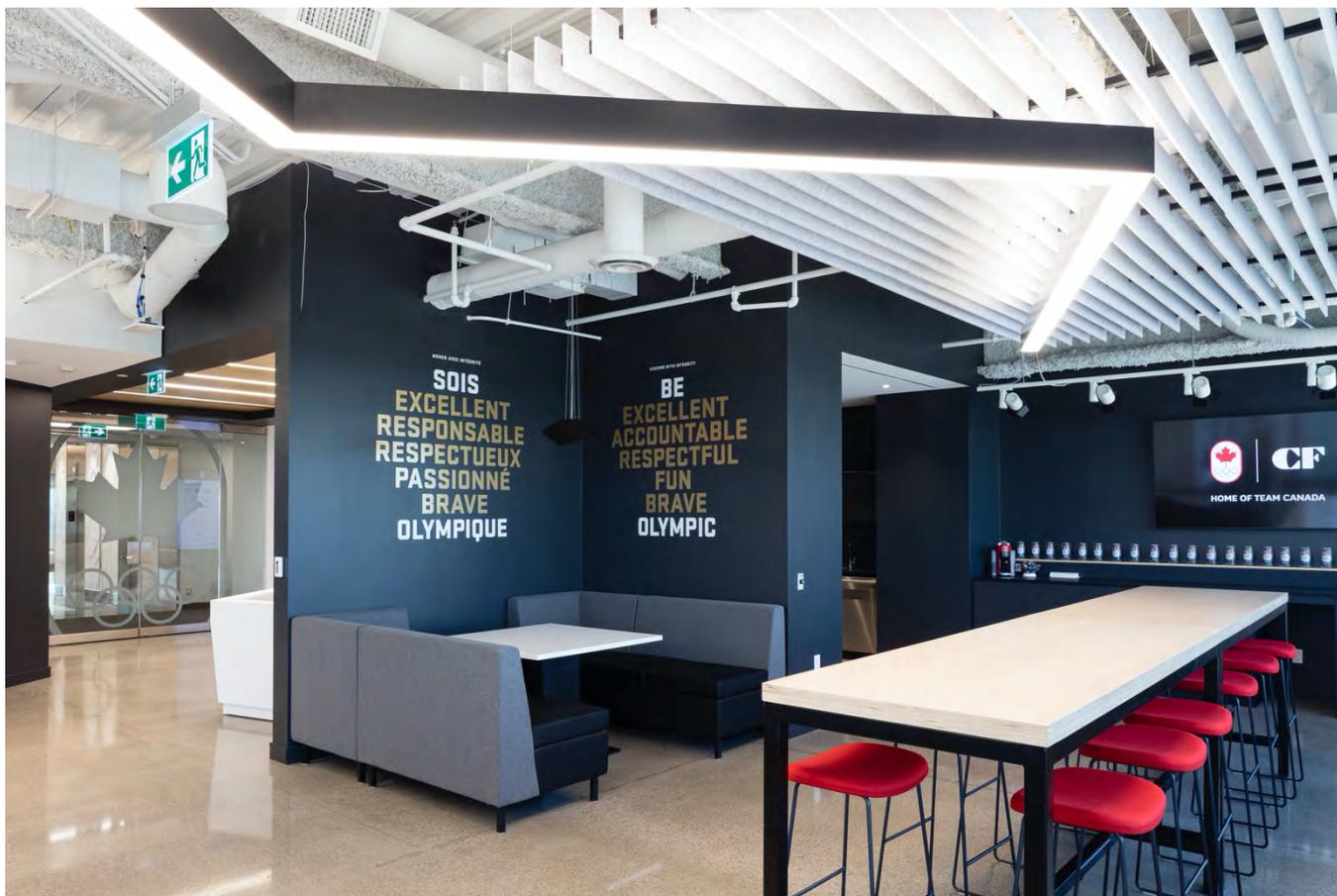
À sa deuxième année d'existence, le prix Toller Cranston, qui honore la mémoire du patineur artistique légendaire, a reconnu le courage, la créativité et l'expression. Quatorze patineurs ont reçu le prix cette année en fonction de leur performance aux championnats canadiens et en fonction de la manière dont ils ont représenté les valeurs incarnées par Toller Cranston.

Grâce à nos donateurs, le Fonds pour les futurs Olympiens a pu attribuer 5 000 \$ à huit de nos athlètes de la prochaine génération et à leurs principaux entraîneurs (sur un total de 16 prix) pour une période de deux ans. Cela offre aux athlètes et aux entraîneurs le financement nécessaire leur permettant de continuer à entraîner nos futurs Olympiens qui deviendront les champions de demain.

# OPÉRATIONS

## VIVRE NOS VALEURS

Être olympique dans tous les aspects de notre organisation.



## RESSOURCES HUMAINES

L'harmonisation des valeurs du COC avec la marque «Sois olympique» a été achevée en 2017 et est devenue beaucoup plus visible en 2018, comme en fait foi l'affichage dans notre nouveau bureau de Toronto. Ces valeurs sont devenues la base de notre nouveau programme de reconnaissance par les pairs, GOING THE EXTRA MILE (GEM), dans lequel les employés sont invités à souligner les exploits de ceux et celles qui vont au-delà des attentes et qui incarnent une ou plusieurs de nos valeurs.

**D'autres mesures** ont été prises en 2018 dans le cadre de la mise en œuvre de notre Cadre global de récompenses, notamment la mise sur pied d'un plan d'évaluation des postes conformes aux politiques en matière de neutralité des genres et de l'équité salariale. Les descriptions de tâches des postes ont été mises à jour et révisées à l'aide du nouveau plan d'évaluation. Seules quelques modifications ont été nécessaires pour ajuster les échelles et la rémunération. Nous avons également révisé et élaboré un plan pour l'équité salariale de nos employés de l'Ontario et du Québec sans qu'aucun problème ne soit identifié.

En 2018, **le cadre de gestion des performances** a été amélioré suite aux commentaires internes et il mise désormais davantage sur les valeurs du COC. Les objectifs individuels de 2018 comprenaient des objectifs spécifiques pour PyeongChang 2018, autant pour le personnel de l'équipe de mission que celui de l'équipe demeurant au Canada. Ces objectifs s'harmonisaient avec les objectifs généraux des Jeux et ils ont été évalués immédiatement après les Jeux.

En collaborant avec un groupe de travail à l'interne, nous avons opté pour une nouvelle approche et un nouveau partenaire afin de mesurer le niveau d'engagement des employés. Un nouveau sondage portant sur le niveau d'engagement des employés a été mis en place à l'automne et nous avons obtenu un taux de participation de 93 %. Bien qu'il ait été difficile de comparer les résultats du sondage de 2018 à ceux de l'année précédente en raison de ce changement, nous avons noté une amélioration à bien des égards et identifié des domaines dans lesquels plus d'efforts étaient nécessaires. Parmi les employés, 82 % étaient en accord ou fortement en accord pour dire que «tout compte fait, je dirais que c'est un endroit où il fait bon travailler». Des actions prioritaires ont été élaborées en s'appuyant sur certaines des actions élaborées en 2017.

Le travail sur la **politique des ressources humaines** s'est poursuivi en 2018. Une nouvelle politique sur l'accessibilité a été finalisée et mise en œuvre et elle comprend une formation en ligne obligatoire permettant de porter encore plus d'attention sur la diversité et l'inclusion. Nos politiques sur les congés, l'usage du tabac et l'abus de substances ont été mises à jour afin de respecter les lois provinciales et fédérales en pleine évolution.

Encore une fois en 2018, nous avons porté une attention particulière au **leadership** afin d'appuyer le cadre du plan de relève élaboré en 2017. Nous avons encore une fois bénéficié des programmes offerts par les partenaires du COC. Deux cadres supérieurs ont été acceptés dans le programme EMBA international de la Smith School of Business de l'Université Queen's. Ce programme se terminera à la fin de l'année 2019. Un groupe de 12 employés a participé au programme d'éducation pour les cadres offert par cette même école. Trois gestionnaires ont reçu le certificat de leadership en santé mentale en milieu de travail de l'Université Queen's et Morneau Shepell. Un groupe de 11 dirigeants a participé à l'évaluation 360 de la Smith School à la fin de 2018. Les résultats de cette évaluation ont

été rendus disponibles au début de 2019 et ont servi de base au plan de développement personnel de chacun d'entre eux. À l'occasion de la journée de réflexion annuelle du personnel, tous les employés du COC ont participé à un atelier d'une demi-journée sur le thème « Développer la résilience » pour les aider à comprendre l'importance de se concentrer sur des objectifs clairs et sur leur raison d'être autant au travail que dans leur vie personnelle.

**Le recrutement de talents** a maintenu l'équipe des ressources humaines occupée en 2018 alors que 21 postes permanents ont été comblés, y compris une avocate générale et secrétaire générale. Sept postes pour des contrats à court terme ont aussi été comblés, dont trois pour l'Expérience olympique à Montréal qui a ouvert ses portes durant l'été. Pas moins de 24 postes de stagiaires provenant de trois cohortes ont également 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.

Au 31 décembre 2018, le nombre <strong>total d'employés permanents du COC</strong> était de 86 personnes, plus neuf postes vacants, pour un effectif total approuvé de 95 personnes. C'est un(e) employé(e) de plus qu'en 2017 avec l'ajout d'une ressource destinée à soutenir l'amélioration de la sécurité de nos technologies de l'information.

# ÉTATS FINANCIERS

État non consolidé de la situation financière au 31 décembre 2018  
(en milliers de dollars)

	2018 (\$)	2017 (\$)
<b>ACTIF</b>		
<b>Actif à court terme</b>		
Trésorerie	11 611	22 055
Débiteurs et dépôts	3 656	8 701
<b>Total</b>	<b>15 267</b>	<b>30 756</b>
<b>Placements</b>	<b>170 600</b>	<b>172 149</b>
<b>Immobilisations</b>	<b>7 576</b>	<b>4 909</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>193 443</b>	<b>207 814</b>
<b>PASSIF</b>		
<b>Passif à court terme</b>		
Créditeurs et charges à payer	7 460	8 595
Produits reportés	2 984	5 705
Apports de capital reportés	3 026	3 025
<b>Total</b>	<b>13 470</b>	<b>17 325</b>

## SOLDE DE FONDS

---

### Grevés d'une affectation d'origine externe

Fonds de bourses d'études du flambeau olympique de Petro-Canada	8 796	9 405
Fonds de dotation olympique pour les entraîneurs	12 987	13 465
<b>Total</b>	<b>21 783</b>	<b>22 870</b>

### Fonds d'administration

#### Grevés d'une affectation d'origine interne

Fonds canadien de la famille olympique	148 049	149 694
Investi dans des immobilisations	4 550	1 884
<b>Non affectés</b>	<b>5 591</b>	<b>16 041</b>
<b>Total</b>	<b>158 190</b>	<b>167 619</b>

---

<b>Total des soldes de fonds</b>	<b>179 973</b>	<b>190 489</b>
<b>Total du passif et des soldes de fonds</b>	<b>193 443</b>	<b>207 814</b>

---

## État non consolidé des résultats

### Total des fonds pour l'exercice clos le 31 décembre 2018

(en milliers de dollars)

**2018 (\$)**                      **2017 (\$)**

---

### Produits

Produits provenant des partenaires et des activités de marketing	37 948	29 285
Produits tirés des placements	1 088	15 599
Subventions, dons et autres	7 925	5 421
<b>Total des produits</b>	<b>46 961</b>	<b>50 305</b>

### Charges

Charges liées aux programmes et de fonctionnement	55 671	40 194
Subventions et charges afférentes	1 123	1 018
Frais de gestion de placements	683	668
<b>Total des charges</b>	<b>57 477</b>	<b>41 880</b>

---

**(Insuffisance) excédent des produits  
sur les charges**

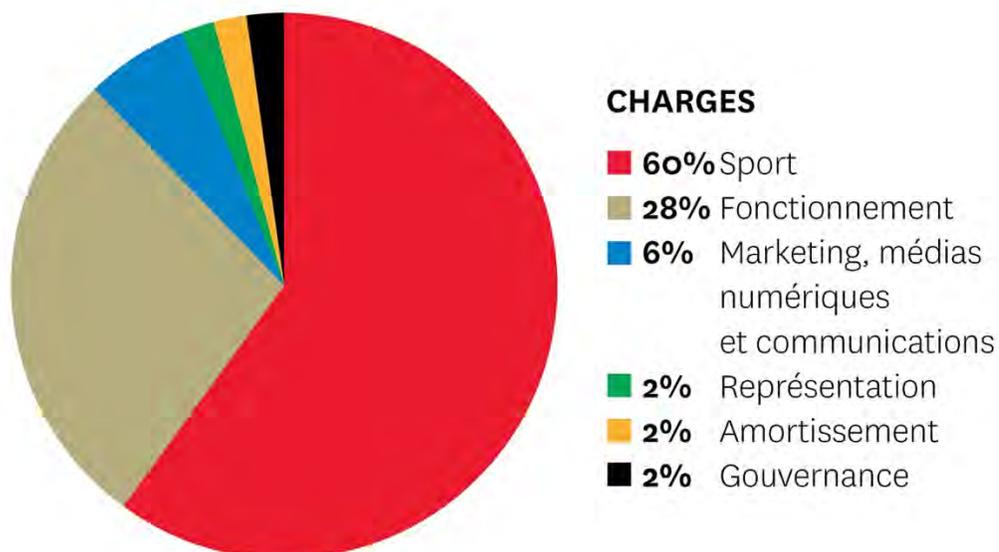
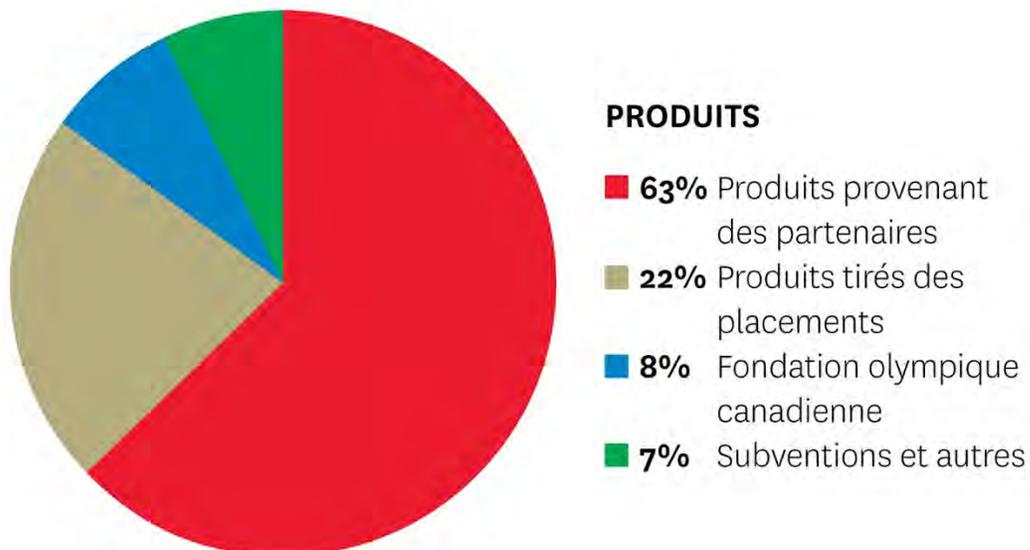
**(10 516)**

**8 425**

---

**PLAN 2017-2020 APPROUVÉ PAR LE CA EN AVRIL 2019**

« non audité »



---

*L'information ci-dessus est tirée des états financiers audités pour l'exercice clos le 31 décembre 2018.*

## TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

D'après les commentaires de l'équipe de mission, PyeongChang 2018 a été la plus grande réussite en matière de soutien informatique à ce jour. La cybersécurité étant au centre des préoccupations pendant les Jeux, nous avons assuré la sécurité des infrastructures fiables de TI pour le personnel d'Équipe Canada présent à PyeongChang. De plus, grâce à une planification et une collaboration solides, l'équipe des technologies de l'information est prête à assurer le succès des Jeux panaméricains pour le COC en étant bien préparée pour soutenir et assurer les opérations sur tous les sites.

---

Les préparatifs ont également débuté pour assurer le succès des Jeux olympiques de 2020 à Tokyo.

---

L'équipe des technologies de l'information a facilité la transition harmonieuse du COC vers ses nouveaux bureaux à Toronto, en s'assurant que le nouvel espace soit pleinement opérationnel pour le personnel dès le premier jour suivant le déménagement. Cette transition comprenait une mise à niveau de notre système téléphonique afin de l'intégrer aux fonctions VOIP, permettant ainsi aux employés de demeurer accessibles peu importe où ils se trouvent dans le monde.

L'équipe des technologies de l'information a travaillé en étroite collaboration avec les secteurs respectifs de l'organisation en 2018 pour s'assurer que les améliorations technologiques planifiées augmentent notre efficacité et notre productivité dans l'ensemble de notre organisation. L'équipe des technologies de l'information gère activement une feuille de route stratégique pour garantir que nos projets atteignent les objectifs opérationnels. Finalement, nous continuerons d'offrir un soutien exemplaire à nos collègues partout au Canada avec les ressources et la sécurité nécessaires pour réaliser nos priorités.

Notre dispositif de sécurité est notre priorité et nous continuerons de mettre l'accent à explorer les tendances et les possibilités de l'industrie.

# CONSEIL D'ADMINISTRATION



**TRICIA SMITH**  
PRÉSIDENTE ET  
MEMBRE DU CIO



**PETER LAWLESS**  
VICE PRÉSIDENT



**THERESE BRISSON**  
ADMINISTRATRICE



**CHRIS CLARK**  
ADMINISTRATEUR



**MARTHA DEACON**  
ADMINISTRATRICE



**ANTHONY EAMES**  
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**  
PRÉSIDENT DE LA  
COMMISSION DES ATHLÈTES



**ROSIE MACLENNAN**  
VICE-PRÉSIDENTE DE LA  
COMMISSION DES ATHLÈTES