

Council Member Inquiry Form
Demande de renseignement d'un membre du Conseil

Submitted at: City Council

Présenté au : Conseil municipal

From/Exp.: Councillor / conseiller : P. Clark	Date: September 11, 2013 Date : le 11 septembre 2013	File/Dossier : 14-13
To/Dest.: S. Kanellakos, Deputy City Manager, City Operations / directeur municipal adjoint, Opérations municipales		
Subject/Objet: Program Changes for the Sponsorship and Advertising Program / Changements apportés au programme de commandites et de publicité		
Inquiry: Can staff provide as soon as possible, a detailed report to the Finance and Economic Development Committee regarding the program changes being contemplated for the Sponsorship and Advertising Program (i.e. as noted in Finance and Economic Committee Report 36, Item 2, 2013 Operating and Capital Budget Q2 Status Report, on page 15).		
Demande de renseignement: Le personnel est prié de fournir dès que possible au Comité des finances et du développement économique un rapport détaillé sur les modifications prévues au programme de commandites et de publicité (comme il est indiqué dans le rapport n° 36 du Comité des finances et du développement économique, point 2, 2013, budgets de fonctionnement et d'immobilisations – T2, à la page 15).		
Response (Date: 2014-Jan-06) The program changes referenced in the Q2 Status Report relate to the sustainability review of recreational and cultural programming offered by the Parks, Recreation and Cultural Services Department, and not specifically to the sponsorship and advertising program. The following is a status report on the recent activities and agreements secured by the Sponsorship and Advertising Branch. In March 2011, City Council approved the Corporate Advertising Opportunities Report (ACS2011-COS-ODP-0002). The report was an integral part of establishing the Sponsorship and Advertising project, one of the nine initiatives comprising Service Ottawa. The Sponsorship and Advertising project has the objective to achieve \$12.7 million in new revenues over five years. The revenues are expected to be realized from naming rights, interior advertising signage in community facilities and parking operations, website and publication advertising, program sponsorship and opportunities related to transit operations. The Service Ottawa Steering Committee advanced revenue expectations into a four year timeframe, to coincide with the term of Council. Oversight of the for the Sponsorship and Advertising program was transferred to the Parks, Recreation and Cultural Services Department and started operations in early		

2012. The Sponsorship and Advertising Branch has a manager and two staff who work towards implementing the sponsorship and advertising objectives outlined above.

Accomplishments to Date:

- Pouring rights agreement with Coca Cola for exclusive pouring rights in all in-scope City facilities – \$135,000 annual pouring fee plus guaranteed payments per machine and a percentage of sales. It is estimated that over the five year terms, the pouring rights deal will generate about \$1,242,500.
- Naming Rights Agreement for the two arena ice pads at Walter Baker Recreation Complex – Jack May \$45,000 annually for ten years, \$450,000 full term value.
- Naming Rights Agreement – Richcraft Kanata North Recreation Complex - \$100,000 annually for five years, \$500,000 full term value (15 year naming rights).
- Naming Rights Agreement – Minto Recreation Complex - Barrhaven \$1.450 million over a 15 year term \$75,000 for the first two years and \$100,000 for the next 13 years.
- Naming rights of the Community Room by Minto (\$50,000 over two years) and sponsorship of a sculpture by Taggart Parkes Foundation (\$105,700 over four years) at the Richcraft Recreation Complex Kanata.
- Program Sponsorship Agreement – Family Physiotherapy - \$35,000 annually for three years, \$105,000 full term value.
- Program Sponsorship Agreement – Dynowear - \$1,000 for two years - Municipal Skating School sponsorship.
- Billboard advertising on city properties - \$370,167 annually, \$1,850,377 full term value. Additional revenue (\$30,000 annually) for conversion of tri-vision poster panel billboards to digitals). Negotiation of free City advertising on digital billboards on private property with CBS.
- Development and launch of the Champions Sponsor Recognition program – Web promotion of sponsorship opportunities and recognition of City sponsors, production of promotional and recognition materials.
- For year-end 2012, \$773,309 in sponsorship and advertising revenue was generated against a budget target of \$3,078,000. The \$2.3 million shortfall was offset by savings in activation and recognition expenditures of \$645,043, for a net shortfall on program revenue targets of \$1.659 million.
- For 2013, approved agreements to date will generate \$1.27 million against a budget requirement of \$3.26 million. Savings in activation, commissions and other costs will reduce the Branch deficit.

Current revenue generating projects being developed by Branch staff:

- Request for Proposals on installation of public wi-fi in City facilities. Currently in contract negotiations with a proponent that will provide wi-fi connectivity at 25 major recreation and other facilities as well as guaranteed revenue to the City.
- Request for Proposals for advertising opportunities in arenas (rink board ads, on-ice logos, etc.) RFP expected to be issued Q4, 2013.
- Request for Proposals for billboards – additional sites have been identified by staff, approved by internal stakeholders and require Councillor consultation and approval by Building Code Services prior posting on MERX.

Centre of Excellence for Public Sector Marketing:

Implementation of the City's Advertising and Marketing strategy included the hiring of outside expertise to identify and secure sponsorship opportunities for City assets. Remuneration to the Centre for its work with the City is based on commissions for approved agreements between 15% and 20% for naming rights, program and event sponsorships and advertisement sales, and can also provide professional advice based on an hourly rate for work performed.

The Centre of Excellence for Public Sector Marketing was selected to work with the City and has undertaken the following work:

- Assisted City with the design and launch of the Community Champions Sponsor Recognition program and materials
- Has contacted over 130 enterprises to solicit interest in naming rights, program sponsorships and advertising opportunities. Meaningful contacts by major category type:
 - Financial – 11
 - Telecom – 2
 - Developers – 16
 - Consumer Retail – 12
 - Home Improvement - 3
 - Automotive – 5
 - Construction – 8
 - Consumer Medical Services – 4
 - Defence/Technology – 8
 - Real Estate – 6
 - Professional Services – 9
 - Ad agencies – 7
 - Media – 3
 - Other – 35
- Number of meaningful contacts in the last 4 months: 22
- Number of customized presentations/proposals in the last 4 months: 20 (est.)
- Number of current leads: 14
- Followed up on business prospects with additional information, specific ideas and proposals and negotiations.
- Worked with City staff to finalize agreements on successful contacts and assisted with implementation and activation of agreements.

- Completed a year-end 2012 review of activities.

Strategies for further revenue generation:

- Mailing to top City vendors (pending) with letter from the Mayor
- Brochure distribution through Chambers of Commerce
- OBJ partnership/ongoing ads (pending)
- Focus on targeted sales for specific programs – Naming for Goulbourn Recreation Complex, KRC & KLC, Ray Friel arenas, Centrepointe Theatre, Nepean Sportsplex, Minto Recreation complex assets, targeted theme initiatives, selected city-wide programs.

In 2014, the Sponsorship and Advertising Branch will develop a closer working relationship with the Department of Economic Development and Innovation (EDI). This new approach will provide a new strategic entry point to reach new businesses to Ottawa that have early contact with EDI as well as opportunities to leverage this office's contacts with Ottawa business organizations such as BIAs, Tourism, Innovation, creative arts, and others. The Director of EDI has also had preliminary discussion the Centre of Excellence for Public Marketing which will be followed up on in early 2014.

Réponse (Date: 2014-Jan-06)

Les modifications prévues au programme, mentionnées dans le rapport du T2, ont trait à l'examen de la durabilité du programme récréatif et culturel du Service des parcs, des loisirs et de la culture et non expressément au programme de commandites et de publicité. Un rapport de situation sur les activités récentes et les ententes conclues par la Direction des commandites et des publicités est présenté ci-après.

En mars 2011, le Conseil municipal a approuvé le rapport sur les possibilités de publicité d'entreprise ([ACS2011-COS-ODP-0002](#)). Ce rapport s'inscrivait dans le cadre du processus d'élaboration du projet de commandites et de publicité, une des neuf initiatives de Service Ottawa. L'objectif de ce projet est de générer de nouveaux revenus d'une valeur de 12,7 millions de dollars sur cinq ans. Ces revenus devraient provenir de droits associés aux appellations, de la pose d'affiches publicitaires dans les installations communautaires et les parcs de stationnement, de la diffusion de publicités sur des sites Web et dans des publications, de commandites de programmes et de marchés liés aux services de transport en commun. Le comité directeur de Service Ottawa a présenté les revenus qu'il s'attendait de générer sur un horizon de quatre ans coïncidant avec la durée du mandat du Conseil.

La supervision du programme de commandites et de publicité a été transférée au Service des parcs, des loisirs et de la culture, et les premières activités ont été lancées au début de 2012. Un gestionnaire et deux membres du personnel de la Direction des commandites et des publicités travaillent à la mise en œuvre des objectifs décrits plus haut en matière de commandites et de publicité.

Réalisations à ce jour

- Entente accordant des droits associés à la vente de boissons à Coca Cola, qui octroie à cette société des droits d'approvisionnement exclusifs dans toutes les installations municipales visées – droits annuels d'une valeur de 135 000 \$, auxquels s'ajoutent des versements garantis pour chaque machine distributrice et un pourcentage des ventes. On estime que sur cinq ans, l'entente sur les droits associés à la vente de boissons générera des revenus d'environ 1 242 500 \$.
- Entente sur les droits associés aux appellations pour les deux glaces de l'aréna du complexe récréatif Walter-Baker – Jack May, 45 000 \$ par an pendant dix ans, valeur à terme de 450 000 \$.
- Ententes sur les droits associés aux appellations – complexe récréatif Richcraft de Kanata-Nord – 100 000 \$ par an pendant cinq ans, valeur à terme de 500 000 \$ (droits associés aux appellations pour 15 ans).
- Entente sur les droits associés aux appellations – Complexe récréatif Minto – Barrhaven, 1,45 million de dollars sur 15 ans, 75 000 \$ pour les deux premières années et 100 000 \$ pour les 13 années suivantes.
- Droits associés aux appellations de la salle communautaire de Minto (50 000 \$ sur deux ans) et commandite d'une sculpture par la Taggart Parkes Foundation (105 700 \$ sur quatre ans) au complexe récréatif Richcraft de Kanata.
- Entente sur la commandite de programmes – Family Physiotherapy – 35 000 \$ par an pendant trois ans, valeur à terme de 105 000 \$.
- Entente sur la commandite de programmes – Dynowear – 1 000 \$ sur deux ans – commandite de l'école de patinage municipale.
- Panneau d'affichage publicitaire sur des propriétés de la Ville – 370 167 \$ par année, valeur à terme de 1 850 377 \$. Revenus supplémentaires (30 000 \$ par an) pour la conversion des panneaux d'affichage trivision en panneaux numériques. Négociation avec CBS concernant la présentation de publicité gratuite de la Ville sur des panneaux numériques installés sur une propriété privée.
- Élaboration et lancement du programme de reconnaissance des commanditaires « champions » – promotion sur le Web des possibilités de commandites et reconnaissance des commanditaires de la Ville, production de matériel de promotion et de remerciements à l'intention des commanditaires.
- Pour la fin de l'exercice 2012, les revenus tirés des commandites et des publicités ont totalisé 773 309 \$ (par rapport à un objectif budgétaire de 3 078 000 \$). Le manque à gagner de 2,3 millions de dollars a été compensé par des économies au chapitre des dépenses relatives à l'entrée en vigueur des ententes et à la reconnaissance de nos commentateurs de l'ordre de 645 043 \$, donnant un déficit

net de 1,659 million de dollars comparativement aux objectifs de revenus du programme.

- Pour 2013, les ententes approuvées à ce jour généreront des revenus de 1,27 million de dollars, alors que les exigences budgétaires s'établissent à 3,26 millions de dollars. Les économies touchant les frais d'entrée en vigueur des ententes, les commissions et les autres coûts permettront de réduire le déficit de la Direction.

Projets actuels générateurs de revenus mis sur pied par la Direction

- Demande de propositions pour l'installation d'un réseau Wi-Fi public dans les établissements de la Ville. Actuellement en négociations en vue de la conclusion d'un marché avec un promoteur afin d'offrir la connectivité Wi-Fi dans 25 grandes installations de loisirs et autres établissements et d'assurer des revenus garantis pour la Ville.
- Demande de propositions pour la diffusion de publicités dans les aréas (annonces sur les bandes de patinoires, logos sur la glace, etc.) qui devrait être rendue publique au T4 de 2013.
- Demande de propositions pour panneaux publicitaires – d'autres sites ont été proposés par le personnel et approuvés par les intervenants internes et devront faire l'objet d'une consultation auprès des conseillers et être approuvés par les Services du Code du bâtiment avant la publication sur MERX.

Centre d'excellence en marketing gouvernemental

La mise en œuvre de la stratégie en matière de publicité et de marketing de la Ville a inclus l'embauche d'experts indépendants chargés de proposer et d'obtenir des marchés de commandites pour les actifs de la Ville. La rémunération versée au Centre pour le travail effectué avec la Ville est fondée sur les commissions payées pour les ententes approuvées, à savoir entre 15 % et 20 % pour les droits associés aux appellations, les commandites de programmes et d'événements et les ventes de publicités; ce montant peut également inclure le prix des conseils professionnels offerts, fondé sur un taux horaire.

Le Centre d'excellence en marketing gouvernemental a été choisi pour travailler avec la Ville sur les travaux suivants.

- Le Centre a aidé la Ville dans la conception et le lancement du programme de reconnaissance des commanditaires « Champions communautaires » et de son matériel promotionnel.
- Le Centre a communiqué avec plus de 130 entreprises afin de solliciter leur intérêt à l'égard des droits associés aux appellations, des commandites de programmes et des possibilités de publicité. Voici une ventilation des communications importantes effectuées, par grandes catégories de commanditaires potentiels :

- Finances – 11
- Télécommunications – 2
- Concepteurs – 16
- Vente au détail – 12
- Rénovation domiciliaire – 3
- Automobile – 5
- Construction – 8
- Services médicaux – 4
- Défense/technologies – 8
- Immobilier – 6
- Services professionnels – 9
- Agences publicitaires – 7
- Médias – 3
- Autres – 35

- Nombre de communications importantes au cours des quatre derniers mois : 22.
- Nombre de présentations/propositions personnalisées au cours des quatre derniers mois : 20 (est.).
- Nombre de pistes actuelles : 14.
- Suivi sur des perspectives commerciales avec des informations supplémentaires, des idées précises, des propositions et des négociations.
- Travail avec le personnel de la Ville pour mettre la dernière main aux ententes conclues et aide à la mise en œuvre et à l'entrée en vigueur des ententes.
- Réalisation d'un examen des activités à la fin de l'exercice 2012.

Stratégies d'accroissement des revenus

- Envois postaux aux principaux fournisseurs de la Ville (travail en cours) avec lettre du maire.
- Distribution de dépliants par l'entremise des chambres de commerce.
- Publication à long terme d'annonces dans l'*Ottawa Business Journal*, dans le cadre d'un partenariat conclu avec le journal (travail en cours)
- Ventes ciblées pour certains programmes – droits associés aux appellations pour le complexe récréatif Goulbourn, le complexe récréatif et centre de loisirs de Kanata, les arénas du complexe récréatif Ray-Friel, le Théâtre Centrepointe, le Sportsplex de Nepean, les actifs du complexe récréatif de Minto, des initiatives sur des thèmes ciblés et certains programmes à l'échelle de la ville.

En 2014, la Direction des commandites et de la publicité va resserrer ses relations de travail avec le Service du développement économique et de l'innovation. Cette démarche va ouvrir une nouvelle porte d'entrée stratégique permettant de joindre les entreprises nouvellement installées à Ottawa qui ont pris contact avec le Service du développement économique et de l'innovation et va donner des occasions d'utiliser les contacts de ce bureau avec des organismes d'affaires d'Ottawa, comme les ZAC et les organismes dans le domaine du tourisme, de l'innovation et des arts créatifs, entre autres. Le directeur du Service du développement économique et de l'innovation a déjà eu des entretiens préliminaires avec le Centre d'excellence en marketing gouvernemental, entretiens qui se poursuivront au début de 2014.

Council Inquiries / Demande de renseignements du Conseil:

Response to be listed on the Finance and Economic Development Committee Agenda of February 4, 2014 and the Council Agenda of February 12, 2014

La réponse devrait être inscrite à l'ordre du jour de la réunion du Comité des finances et du développement économique prévue le 4 février 2014 et à l'ordre du jour de la réunion du Conseil prévue le 12 février 2014.