

# SPORTCOM

## PLAN DE TRAVAIL 2022-2025

### MISSION

Notre mission englobe nos deux champs d'action distincts :

1. Couverture sportive des athlètes et entraîneur.e.s québécois.es (Sportcom INFO)
2. Offre de services en communication sportive (Sportcom SERVICES).

- Nous assurons la visibilité du sport, des athlètes québécois.es identifié.e.s «Excellence» et des entraîneur.e.s. (INFO)
- Nous développons une expertise à la fine pointe et sommes la référence en communication sportive. (INFO & SERVICES)
- Nous offrons des services de communication diversifiés et complets aux organisations sportives (SERVICES)



### VISION

Sportcom est la référence et un incontournable en communication sportive au Québec. La division INFO est la source d'information journalistique la plus riche en sports d'excellence pour les médias et la division SERVICES déploie des services uniques et de qualité exceptionnelle pour les acteurs.trices et organisations œuvrant au sein du système sportif.

### VALEURS

Humanité  
Collaboration  
Ambition  
Rigueur  
Professionalisme  
Unicité

# SPORTCOM

## PLAN DE TRAVAIL 2022-2025

### MOYENS

2022-2023

2023-2024

2024-2025

**Place échiquier** | **Tableau de bord** > Mesurer performance et données quantitatives  
**Cartographie** > Situer notre offre dans le marché (ajustements tarifs)

**Culture d'entreprise** | **Politique de culture d'entreprise** > Adopter la politique (stratégies rétention et recrutement)  
**Plan d'augmentation des salaires et REER** > Adopter le plan (salaires et REER)  
**Avantages sociaux (non financiers) uniques** > Inclure ces avantages sociaux dans la politique de culture d'entreprise  
**Comité social** > Minimum 3 activités par années



#### Excellence organisationnelle

**Gouvernance** | **Conformité avec les exigences du MEQ** > Répondre à toutes les attentes du Code de gouvernance

**Positionnement de la marque Sportcom** | **Créer les lignes directrices de l'image de marque de Sportcom** > Guide + mise en marché  
**Établir et exécuter une campagne d'image de marque de Sportcom** > Campagne mise en marché

**Santé financière** | **Croissance des revenus (rétention + nouveaux)** > Augmentation de 1 à 3 % annuellement  
**Maintien coussin de 6 mois d'indépendance financière** > Confirmation aux états financiers  
**Augmentation des tarifs de services** > % à confirmer selon cartographie

**Expertise de pointe** | **Formations** > Une formation de groupe par année  
**Expériences terrain** > Minimum 1 expérience terrain/employé/année  
**Diversité des expertises au sein de l'équipe** > Embauche marketing et graphisme

# SPORTCOM

## PLAN DE TRAVAIL 2022-2025

### MOYENS

2022-2023

2023-2024

2024-2025

#### INFO

**Nouveaux formats** Développer des formats originaux (OR SÉRIE, autres) > 2 OR Série + 1 autre format /année  
Déployer un service de clips vidéo > Offre efficace, fonctionnelle et utilisée de clips vidéo

**Visibilité athlètes et entraîneurs** Mandat MEQ > mandat complété  
Toucher un plus large public > Augmentation de 8 à 10%/année des impressions et des portées  
Couvertures de compétitions sur le terrain > Minimum 5 couvertures sur le terrain /année

**Partage expertise** Contribution aux productions olympiques > Intégration de 2 à 3 employés à la production JO 2024  
Collaborations terrains avec partenaires > Minimum de 2 collaborations terrain/année avec des partenaires  
Interventions ponctuelles (congrès, comités experts/consultatifs, etc.) > Selon opportunités -min. 1 fois/année

**Offres partenaires personnalisées** Rencontre annuelle et évaluation des besoins > Rencontres effectuées+maintien des partenaires

#### SERVICES

**Offre de services complète** Embaucher des spécialistes répondant aux offres que nous voulons déployer > Embauche marketing et graphisme

**Campagnes et projets d'envergure** Rendre le mouvement Va donc jouer récurrent > VDJ 3 + récurrence ensuite  
Demeurer responsable de la plateforme SBE > Pérennité de la responsabilité sans date de fin

**Collaboration accrue avec la communauté sportive** Stratégie d'approche auprès des 65 fédérations québécoises de sport > Collaboration 90% des fédérations provinciales  
Stratégie d'approche auprès des URLS > lien d'affaires avec 50% des URLS  
Stratégie d'approche auprès des organisateurs d'événements sportifs internationaux > 2 contrats

**Stratégie médias sociaux** Développer, déployer et renouveler la stratégie de médias sociaux > Augmentation de portée 10%/plateforme/année



Déploiement des expertises



Présence numérique