

**Subject: Sponsorship of Transit Services**

**File Number: ACS2023-TSD-SCER-0019**

**Report to Transit Commission on 12 October 2023**

**Submitted on September 29, 2023 by Renée Amilcar, General Manager, Transit Services Department**

**Contact Person: Lisa Bishop-Spencer, Director, Strategic Communications and External Relations**

**(613) 580-2424 ext. 51266, [lisa.bishop-spencer@ottawa.ca](mailto:lisa.bishop-spencer@ottawa.ca)**

**Ward: Citywide**

**Objet : Commandite des services de transport en commun**

**Numéro de dossier : ACS2023-TSD-SCER-0019**

**Rapport présenté au Commission du transport en commun**

**Rapport soumis le 29 septembre 2023**

**Soumis le 29 septembre 2023 par Renée Amilcar, directrice générale, Direction générale du transport en commun**

**Personne ressource : Lisa Bishop-Spencer, directrice, Communications stratégiques et Relations extérieures**

**(613) 580-2424, poste 51266, [lisa.bishop-spencer@ottawa.ca](mailto:lisa.bishop-spencer@ottawa.ca)**

**Quartier : À l'échelle de la ville**

## **REPORT RECOMMENDATION**

That the Transit Commission receive this report for information.

## **RECOMMANDATION DU RAPPORT**

Que la Commission du transport en commun reçoive ce rapport pour information.

## CONTEXTE

Lors de sa réunion du 9 février 2023, la Commission du transport en commun a adopté la motion suivante demandant au personnel de faire rapport sur les opportunités ainsi que les difficultés associées à l'obtention de commandites pour la gratuité du transport en commun :

*IL EST RÉSOLU QUE la directrice générale hiérarchise les moyens d'augmenter les possibilités de commandite externes, établisse une entente si possible et fasse un compte rendu, d'ici octobre 2023, à la Commission du transport en commun sur les progrès réalisés et la façon dont les autres villes attirent des commandites pour la gratuité du transport et les difficultés rencontrées ce faisant.*

Le présent rapport répond à la demande de la Commission du transport en commun formulée lors de sa réunion du 9 février et fournit les résultats de l'examen d'autres villes effectué par le personnel.

## ANALYSE

OC Transpo utilise la publicité, les commandites et les partenariats pour générer des recettes non tarifaires. Cela comprend les contrats publicitaires actuels ainsi que les ententes de commandite et de partenariat pour des services et des événements spéciaux dans la mesure du possible. Le personnel maintient les dispositions actuelles qui continuent de générer des recettes et travaillent activement avec des partenaires afin d'accroître les recettes découlant de ces activités. Bien que les recettes globales tirées de ces activités soient relativement faibles comparativement au budget de fonctionnement du transport en commun, elles représentent une source constante de revenu pour la Ville et peuvent contribuer à dynamiser l'expérience du transport en commun et à rehausser le profil d'OC Transpo dans la communauté.

OC Transpo examine aussi la faisabilité d'aller chercher d'autres ententes de commandite et de partenariat tout en trouvant un équilibre avec les autres priorités de la Feuille de route quinquennale des services de transport en commun. Cela pourrait inclure des ententes avec des partenaires nouveaux ou existants qui solliciteraient, exécuteraient et maintiendraient les ententes au nom d'OC Transpo. Lors de l'examen des approches utilisées par d'autres sociétés de transport en commun, le personnel a confirmé que l'approche actuelle d'OC Transpo est égale ou supérieure à celle de ses plus proches comparateurs et que les obstacles et opportunités présents dans les autres villes sont similaires à ceux que l'on observe à Ottawa.

## Examen d'autres sociétés de transport en commun

Les activités actuelles de commandite d'OC Transpo ont été comparées à des approches de commandites utilisées par des sociétés de transport en commun nord-américaines comparables, notamment celles de Toronto (TTC), Chicago (CTA), Edmonton, Calgary, Montréal (STM) et Vancouver (TransLink).

Cet examen a révélé que les difficultés pour obtenir des ententes de commandite étaient similaires dans toutes les sociétés de transport en commun.

- Les ressources en personnel nécessaires pour solliciter des ententes, les rédiger et les mettre en œuvre.
- L'intérêt limité des commanditaires dans un espace où la concurrence est féroce pour les dollars de marketing et où les commanditaires peuvent préférer traiter avec des agences de marketing plutôt qu'avec des organismes du secteur public.
- Les recettes générées par les activités de commandite sont faibles comparativement aux budgets de fonctionnement globaux pour le transport en commun et aussi comparativement au niveau d'effort requis pour solliciter et mettre en œuvre les ententes de commandite.
- Les délais des examens des Services juridiques et le manque de délégation de pouvoir pour conclure des ententes de commandite en temps opportun.
- La complexité de la coordination des commanditaires et de l'interprétation des ententes existantes.
- Les ententes de commandite peuvent parfois entrer en concurrence avec la portée des contrats de publicité existants ou leur nuire, réduisant ainsi les recettes globales pour la société de transport en commun.
- De la difficulté à obtenir le consensus parmi les intervenants concernant un commanditaire approprié qui n'empiète pas sur la marque de la municipalité et de la société de transport en commun.
- Le risque réel ou perçu pour les commanditaires éventuels d'associer leur marque à une société de transport en commun.

- La possibilité que les activités de commandite entrent en concurrence avec la signalisation d'orientation dans le réseau de transport en commun ou les besoins des clients en matière d'information.

Malgré ces défis, cet exercice de comparaison renforce aussi la notion que le transport en commun demeure une opportunité attrayante pour les commanditaires éventuels, étant donné les publicités secondaires et les actifs mobiles, le large auditoire local, la forte reconnaissance de marque ainsi que le rôle du transport en commun lorsqu'il s'agit de relier les communautés.

### *Toronto (TTC)*

La Toronto Transit Commission (TTC) forme des partenariats de publicité croisée ponctuels avec des entreprises et des événements locaux, négociant des ententes comprenant des tarifs de transport en commun prépayés ou de l'espace publicitaire sur les canaux de la TTC en échange pour de la promotion de la TTC sur les canaux des partenaires.

La TTC s'est servi des commandites pour compenser le coût entraîné par la gratuité du transport en commun. Corby Spirit and Wine est un commanditaire en titre de longue date du service gratuit de la TTC offert la veille du jour de l'An.

La TTC ne possède pas actuellement les ressources en personnel nécessaires pour solliciter des commandites et des ententes de partenariat. Les ententes de commandites et de droits d'appellation relèvent du contrat publicitaire que la TTC a conclu avec Pattison Outdoor Advertising. Bien que des ententes de droits d'appellation aient été considérées, elles n'ont pas encore été mises en œuvre dans le réseau.

### *Chicago (CTA)*

La Chicago Transit Authority (CTA) coordonne toutes les activités de commandite par le biais d'Intersection, son agence publicitaire sous contrat. Les commandites pour la gratuité du service sont offertes par l'entremise d'opportunités annuelles comme le service de la rentrée des classes et le service de la veille du jour de l'AN. La CTA examine également les propositions ponctuelles provenant d'annonceurs visant des commandites pour la gratuité du service pour d'autres événements communautaires et des concerts. La CTA sollicite aussi des commandites pour ses programmes populaires comme Holiday Train and Bus, Pride Train et Community Connections Bus qui permet aux annonceurs de faire venir l'autobus à des événements communautaires.

La CTA a commercialisé des occasions de droits d'appellation pour ses stations et ses lignes ferroviaires, mais aucune entente n'a été signée à ce jour. La durée de 20 ans et les coûts substantiels de ces ententes sont considérés comme des obstacles. La CTA se concentre plutôt sur des ententes à moyen terme d'environ cinq ans, vendant aux annonceurs l'exclusivité de l'espace publicitaire dans les stations, ce qui crée des occasions pour une mise en valeur de la marque distinctive. Ces ententes n'entraînent pas de modifications officielles aux noms des stations et coûtent moins cher à mettre en œuvre.

### *Edmonton (ETS)*

L'Edmonton Transit Service (ETS) se concentre sur des partenariats de promotion croisée en nature avec des événements communautaires et des festivals locaux à but non lucratif, en fournissant un service de transport en commun ou de navette gratuit au personnel ou aux bénévoles en échange de son identification à titre de commanditaire, de la promotion du transport en commun pour se rendre à l'événement ou d'un espace pour le personnel de sensibilisation au transport en commun sur place. Ces ententes ne génèrent pas de revenus, mais sont exécutées en nature afin d'appuyer des résultats positifs dans la communauté.

L'ETS étudie également d'autres possibilités de commandite, notamment des ententes de droits d'appellation.

### *Calgary Transit*

Calgary Transit ne sollicite pas actuellement de commandites pour compenser la gratuité du transport en commun lors d'événements précis, mais travaille avec le Calgary Convention Centre, la Calgary Sports and Entertainment Corporation, Tourism Calgary et d'autres organisations nationales et locales de façon ponctuelle pour négocier des tarifs prépayés et des services de location d'autobus pour des événements internationaux, nationaux et locaux qui se tiennent dans la ville.

De plus, Calgary Transit a passé un contrat avec un agent en droits d'appellation et a récemment conclu une entente avec le Groupe Banque TD pour les droits d'appellation de sa zone de gratuité, désormais appelée TD Free Fare Zone.

### *Montréal (STM)*

La Société de transport de Montréal (STM) examine la possibilité de conclure des ententes publicitaires et de commandite en nature, comportant un service de transport

en commun en échange de la promotion du transport en commun. La STM a déjà considéré les droits d'appellation par le passé, mais elle n'a signé aucune entente à cet effet.

### *Vancouver (TransLink)*

TransLink ne sollicite pas actuellement de commandites pour compenser la gratuité du transport en commun.

TransLink avait conclu une entente de marchandisage avec Warner Brothers (WB) pour un ensemble de cartes de transport en commun de marque qui comprenait des cartes intelligentes Compass de superhéros, une affiche de superhéros et un cordon de marque.

Lors de cette analyse de comparaison, on a remarqué diverses approches pour solliciter des occasions de commandite. Certaines sociétés de transport en commun utilisent leur personnel interne, le cas échéant, pour examiner les activités de commandite en cherchant à établir un équilibre avec d'autres priorités. D'autres sociétés incluent des occasions de commandite, de partenariat et de droits d'appellation dans les contrats en ayant recours à des ressources tierces. Cela se fait souvent par le biais de modifications apportées à un contrat publicitaire existant ou en embauchant une ressource spécialisée, par exemple, un agent des droits d'appellation. Le personnel étudie la possibilité d'utiliser de telles ressources externes spécialisées pour les commandites et les partenariats du transport en commun à Ottawa.

### Commandite du transport en commun à OC Transpo

OC Transpo conclut des ententes de commandite pour compenser les coûts associés à la prestation de services et de programmes de transport en commun, notamment :

- Ententes en nature qui procurent de l'espace publicitaire ou d'autres avantages à OC Transpo en échange de navettes pour des événements et d'autres services.
- Commandite annuelle visant à compenser les coûts associés à la gratuité du service de transport en commun, comme le service gratuit la veille du jour de l'An.

Voici d'autres partenariats et ententes comprenant de la promotion croisée afin de dégager de la valeur pour OC Transpo, les clients du transport en commun et les commanditaires :

- Ententes actuelles avec TELUS pour offrir le WiFi gratuit dans les stations de la Ligne 1, et avec Happy Goat pour l'aménagement d'un café à la station Blair.
- Gratuité du service de transport en commun pour des événements comme le Bluesfest, des événements ayant lieu à la Place TD et d'autres événements au cas par cas.

En plus de ses activités de commandite, OC Transpo a signé des contrats avec deux entrepreneurs pour de la publicité dans les transports en commun qui devraient générer des recettes de l'ordre de 4,3 millions de dollars en 2023. Branded Cities est chargée de vendre de la publicité sur les abribus tandis que Pattison Outdoor Advertising est chargée de vendre de la publicité sur les autobus, dans les stations du Transitway et dans les stations et les trains de la Ligne 1 de l'O-Train. Le personnel travaille activement avec les deux entrepreneurs en publicité afin d'accroître les recettes générées pour la Ville, notamment les campagnes publicitaires comprenant un affichage tous azimuts sur la Ligne 1, les grandes murales publicitaires en vinyle dans les stations, la publicité sur la passerelle piétonnière enjambant l'autoroute 174 à la station Blair, ainsi que la numérisation de la publicité sur les abribus. Cela comprend également un projet inter-directions générales qui débutera cet automne et qui vise à développer les actifs publicitaires numériques extérieurs sur les propriétés de la ville, en mettant plus particulièrement l'accent sur les propriétés de transport en commun.

La Politique de la Ville sur les commandites et la publicité guide les ententes de commandite. Le personnel d'OC Transpo examine régulièrement la politique et consulte le Bureau des commandites et de la publicité de la Direction générale des loisirs, de la culture et des installations afin de tirer parti des pratiques exemplaires pour solliciter des ententes avec les commanditaires.

Généralement, OC Transpo travaille avec Sécurité des routes Ottawa pour trouver un commanditaire qui permettra de récupérer les recettes tarifaires perdues en raison de la gratuité du transport en commun offert la veille du jour de l'An. En décembre 2022, le service gratuit était offert de 18 h à 4 h et a été partiellement couvert grâce à une entente de commandite avec M.A.D.D. par le biais de Sécurité des routes Ottawa.

En collaboration avec la Direction générale des loisirs, de la culture et des installations, OC Transpo s'apprête à conclure une entente de commandite visant à compenser les recettes perdues à cause de la gratuité du transport en commun offert la veille du jour de l'an cette année.

Lorsque cela est possible, le personnel continuera de chercher de nouvelles occasions de commandite et de partenariat, pour des périodes autres que la veille du jour de l'An, afin de compenser les recettes perdues à cause de la gratuité du transport en commun, dégager de la valeur pour les clients et générer des recettes supplémentaires pour la Ville. Cela comprend l'examen continu de services de transport en commun et d'événements spéciaux qui pourraient offrir des occasions de commandite et représenter un attrait pour des commanditaires éventuels. L'étendue de ce travail doit tenir compte de la capacité du personnel et des autres priorités de la Feuille de route quinquennale des services de transport en commun d'OC Transpo. Cependant, le personnel évaluera la possibilité de développer les commandites et les partenariats en concluant des ententes avec des partenaires nouveaux ou existants qui solliciteraient, exécuteraient et maintiendraient les ententes au nom d'OC Transpo.

## **RÉPERCUSSIONS FINANCIÈRES**

Des recettes supplémentaires provenant des commandites et de la publicité seront incluses dans le processus du budget de fonctionnement 2024 afin d'être examinées et approuvées par le Conseil.

## **RÉPERCUSSIONS JURIDIQUES**

Il n'existe aucun obstacle juridique à la réception du présent rapport à titre d'information.

## **RÉPERCUSSIONS SUR L'ACCESSIBILITÉ**

Le personnel doit respecter la *Loi de 2005 sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* (LAPHO) et appliquer l'Optique d'équité et d'inclusion de la Ville dans le cadre des activités d'élaboration de politique ou de procédure découlant du présent rapport. Le personnel continuera de consulter les intervenants en matière d'accessibilité afin de prendre en compte et d'intégrer leurs points de vue et de promouvoir l'inclusion. Le personnel veillera au respect des lois, des normes et des lignes directrices applicables en matière d'accessibilité lors de la réalisation des initiatives décrites dans le présent rapport.

## **DISPOSITION**

Le personnel continuera à rechercher des ententes de commandite pour compenser la gratuité du transport en commun, en collaboration avec le Bureau des commandites et de la publicité de la Direction générale des loisirs, de la culture et des installations et



conformément à la Politique de la Ville sur les commandites et la publicité. La Direction générale des services de transport en commun mettra en œuvre toute directive reçue de la Commission du transport en commun ou du Conseil en lien avec l'examen du présent rapport.