

PLANIFICATION STRATÉGIQUE

COMPLEXE MULTI-DISCIPLINAIRE LES ESTACADES

2025-2028

COMPLEXE
SPORTIF

PROMUTUEL
ASSURANCE



TABLE DES MATIÈRES

3 | Qui sommes-nous ?

4 | Mission, vision et valeurs

5 | Nos défis

- 6 | Accroître la notoriété et le rayonnement du Complexe
- 7 | Structurer et professionnaliser le marketing et les communications
- 8 | Assurer la viabilité financière tout en respectant l'accessibilité
- 9 | Innover et diversifier l'offre en s'appuyant sur une veille stratégique
- 10 | Renforcer les capacités internes et mobiliser les talents
- 11 | Moderniser les infrastructures pour maintenir l'excellence des services

12 | Nos orientations stratégiques

- 13 | Priorité stratégique 1 : Innover et diversifier l'offre afin de répondre aux besoins de toutes les clientèles
- 14 | Priorité stratégique 2 : Renforcer notre rayonnement et notre positionnement stratégique
- 15 | Priorité stratégique 3 : Structurer et professionnaliser notre stratégie de marketing et de communication
- 16 | Priorité stratégique 4 : Développer le capital humain et renforcer la culture organisationnelle

17 | Tableau synoptique

QUI SOMMES-NOUS ?

Le Complexe Multi-Disciplinaire les Estacades (CMDE) est **un organisme à but non lucratif** responsable de l'exploitation du Complexe sportif Promutuel Assurance, par le biais d'une entente de gestion avec le **Centre de services scolaire du Chemin-du-Roy (CSSCDR)**.

Il gère également deux prêts à usage pour la Ville de Trois-Rivières. Avec plus de **1,8 million de visiteurs annuels**, plus de **30 disciplines sportives**, **13 plateaux intérieurs**, **13 plateaux extérieurs** et près de **355 jours d'ouverture** annuellement, le Complexe est un acteur régional majeur. L'équipe compte **entre 50 et 95 employés** selon la saison.



COMPLEXE
SPORTIF

PROMUTUEL
ASSURANCE

MISSION, VISION ET VALEURS

NOTRE MISSION

Offrir des espaces dédiés à l'activité physique et à la promotion du bien-être en favorisant l'inclusion, la diversité et l'accessibilité pour l'ensemble de la population.

NOTRE VISION

Être un pôle incontournable dans le domaine sportif et événementiel en diversifiant nos activités afin d'augmenter l'engouement de la population.

NOS VALEURS

Engagement : Viser l'excellence et la satisfaction client.

Intégrité : Créer un climat de confiance par l'éthique et le respect.

Esprit d'équipe : Favoriser l'entraide, la solidarité et la coopération.

Collaboration : Travailler ensemble à la réalisation d'objectifs communs.

NOS PRINCIPAUX DÉFIS

au cours des prochaines années

Principal défi 1

Accroître la notoriété et le rayonnement du Complexe sportif

Principal défi 2

Structurer et professionnaliser le marketing et les communications

Principal défi 3

Assurer la viabilité financière tout en respectant l'accessibilité

Principal défi 4

Innover et diversifier l'offre en s'appuyant sur une veille stratégique

Principal défi 5

Renforcer les capacités internes et mobiliser les talents

Principal défi 6

Moderniser les infrastructures pour maintenir l'excellence des services



NOS PRINCIPAUX DÉFIS

au cours des prochaines années

Défi 1

Accroître la notoriété et le rayonnement du Complexe sportif Promutuel Assurance

Pourquoi ?

Le Complexe souffre d'un déficit de visibilité à l'échelle régionale, provinciale et nationale.

Ce que cela implique :

- Positionner le Complexe comme un acteur majeur à l'échelle régionale, provinciale et nationale.
- Développer des événements d'envergure et s'intégrer aux réseaux sportifs, touristiques et municipaux.



NOS PRINCIPAUX DÉFIS

au cours des prochaines années

Défi 2

Structurer et professionnaliser le marketing et les communications

Pourquoi ?

L'absence de stratégie marketing affaiblit la notoriété et la capacité à se différencier.

Ce que cela implique :

- Déployer une stratégie marketing complète (image de marque, segmentation, ambassadeurs, médias, contenus numériques).
- Développer une marque forte, humaine et reconnaissable pour attirer et fidéliser les clientèles.



NOS PRINCIPAUX DÉFIS

au cours des prochaines années

Défi 3

Assurer la viabilité financière tout en respectant l'accessibilité

Pourquoi ?

Le Complexe sportif Promutuel Assurance doit concilier l'inclusion sociale avec les impératifs financiers.

Ce que cela implique :

- Offrir des services accessibles sans compromettre la rentabilité.
- Optimiser les revenus (commandites, ventes d'espaces).
- Développer des indicateurs financiers liés aux orientations stratégiques.



NOS PRINCIPAUX DÉFIS

au cours des prochaines années

Défi 4

Innover et diversifier l'offre en s'appuyant sur une veille stratégique

Pourquoi ?

L'évolution des besoins et des tendances nécessite une adaptation constante.

Ce que cela implique :

- Mettre en place une veille stratégique et des mécanismes formels d'analyse de tendances.
- Diversifier les activités afin de s'adapter aux besoins de la clientèle.
- Attirer de nouvelles clientèles grâce à une programmation actualisée et inclusive.



NOS PRINCIPAUX DÉFIS

au cours des prochaines années

Défi 5

Renforcer les capacités internes et mobiliser les talents

Pourquoi ?

Le succès de la stratégie repose sur des équipes solides et compétentes.

Ce que cela implique :

- Recruter, former et fidéliser des employés alignés avec les valeurs du Complexe.
- Soutenir la direction des finances avec une équipe compétente et bien formée (maîtrise des outils, notions comptables).
- Développer une culture organisationnelle forte basée sur la collaboration, l'intégrité et l'engagement.



NOS PRINCIPAUX DÉFIS

au cours des prochaines années

Défi 6

Moderniser les infrastructures pour maintenir l'excellence des services

Pourquoi ?

Être un pôle incontournable nécessite des installations à la hauteur des attentes.

Ce que cela implique :

- Planifier l'entretien et la mise à niveau des équipements.
- Intégrer des outils technologiques (réservations en ligne, systèmes de gestion, équipements connectés).



NOS ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

au cours des prochaines années

Priorité stratégique 1

Innover et diversifier l'offre afin de répondre aux besoins de toutes les clientèles.

Priorité stratégique 2

Renforcer notre rayonnement et notre positionnement stratégique.

Priorité stratégique 3

Structurer et professionnaliser notre stratégie de marketing et de communication.

Priorité stratégique 4

Développer le capital humain et renforcer la culture organisationnelle.



NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES

Priorité 1 : Innover et diversifier l'offre afin de répondre aux besoins de toutes les clientèles

Objectifs

Adapter l'offre en fonction des tendances et des besoins de diverses clientèles.

Optimiser l'utilisation des plateaux sportifs et des ressources.

Favoriser l'inclusion de toutes les tranches d'âge dans notre programmation.

OBJECTIF PRIORITAIRE	INDICATEUR	RESPONSABLE	ÉCHÉANCIER		
			Juillet 2026	Juillet 2027	Juillet 2028
Diversifier et offrir de nouvelles activités et cours selon les tendances et les clientèles cibles (jeunesse, aînés)	Nombre de nouvelles offres de services par session	Développement des affaires	Ajout de 2 nouvelles offres vs 2025	Ajout de 2 nouvelles offres vs 2026	Ajout de 2 nouvelles offres vs 2027
Optimiser l'utilisation des plateaux sportifs	Nombre d'heures d'utilisation : Clients ponctuels Cours de groupe Dek Hockey Événements	Développement des affaires et finances	Augmentation de 5% vs 2025	Augmentation de 5% vs 2026	Augmentation de 5% vs 2027
Suivre les tendances et consulter les usagers	Étude de marché et sondages client	Développement des affaires	1 étude de marché par année 2 sondages clients par année	Maintien	Maintien

NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES

Priorité 2 : Renforcer notre rayonnement et notre positionnement stratégique

Objectifs

Augmenter notre visibilité à l'échelle régionale, provinciale et nationale.

Augmenter le nombre d'événements où nous sommes promoteurs.

Développer des partenariats durables avec des acteurs clés du milieu sportif.

Positionner le Complexe comme un acteur incontournable du sport et des loisirs.

OBJECTIF PRIORITAIRE	INDICATEUR	RESPONSABLE	ÉCHÉANCIER		
			Juillet 2026	Juillet 2027	Juillet 2028
Organiser des événements d'envergure pour accroître notre notoriété	Nombre d'événements provinciaux et nationaux organisés annuellement	Développement des affaires	+ 1 événement provincial vs 2025	+ 1 événement provincial vs 2026	+ 1 événement provincial vs 2027
			+ 1 événement national entre juillet 2025 et juillet 2028		
Augmenter le nombre d'événements où nous sommes promoteurs	Nombre de nouveaux événements	Développement des affaires et finances	+ 1 événement entre juillet 2025 et juillet 2028		
Développer des partenariats structurants avec des fédérations ou organisations sportives	Nombre de partenariats signés	Développement des affaires	Augmentation de 15% vs 2025	Augmentation de 15% vs 2026	Augmentation de 15% vs 2027

NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES

Priorité 3 : Structurer et professionnaliser notre stratégie de marketing et de communication

Objectifs

Déployer une stratégie de marketing efficace et intégrée.

Mieux utiliser les données pour guider les décisions.

Renforcer la gestion et la planification des activités.

OBJECTIF PRIORITAIRE	INDICATEUR	RESPONSABLE	ÉCHÉANCIER		
			Juillet 2026	Juillet 2027	Juillet 2028
Déployer une stratégie marketing intégrée (image de marque, média, ambassadeurs, etc.)	Stratégie de communication et marketing à l'interne	Communication/ marketing	Stratégie déployée pour juillet 2026	Poursuite de notre stratégie marketing	Poursuite de notre stratégie marketing
Optimiser l'utilisation des données pour le marketing et la programmation	Système de collecte et d'analyse fonctionnel	Communication/ marketing	Optimisation réalisée pour juillet 2026	Poursuite de l'utilisation des données	Poursuite de l'utilisation des données

NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES

Priorité 4 : Développer le capital humain et renforcer la culture organisationnelle

Objectifs

Attirer, mobiliser et retenir des employés alignés avec les valeurs du Complexe.

Développer les compétences internes et favoriser l'apprentissage continu.

Créer un environnement mobilisant axé sur le bien-être, l'engagement et la reconnaissance.

OBJECTIF PRIORITAIRE	INDICATEUR	RESPONSABLE	ÉCHÉANCIER		
			Juillet 2026	Juillet 2027	Juillet 2028
Déployer une stratégie de marque employeur	Plan de marque employeur adopté	Ressources humaines	Stratégie réalisée pour juillet 2026	Poursuite de la stratégie	Poursuite de la stratégie
Développer la formation continue et les compétences internes	Nombre d'heures de formation par employé	Ressources humaines	Augmentation de 5% vs 2025	Augmentation de 5% vs 2026	Augmentation de 5% vs 2027
Renforcer la mobilisation et le bien-être au travail	- Nombre d'activités de mobilisation par année - Taux moyen de participation des employés	Ressources humaines	- Augmenter de 10% vs 2025. - Atteindre 80% de participation des employés.	- Augmenter de 10% vs 2026. - Atteindre 85% de participation des employés.	- Augmenter de 10% vs 2027. - Atteindre 90% de participation des employés.

TABLEAU SYNOPTIQUE

Notre mission

Offrir des espaces dédiés à l'activité physique et à la promotion du bien-être en favorisant l'inclusion, la diversité et l'accessibilité pour l'ensemble de la population.

Notre vision

Être un pôle incontournable dans le domaine sportif et événementiel en diversifiant nos activités afin d'augmenter l'engouement de la population.

Nos valeurs

Engagement | Intégrité | Esprit d'équipe | Collaboration

ORIENTATIONS		OBJECTIFS	INDICATEURS	CIBLES		
				2025-2026	2026-2027	2027-2028
Innover et diversifier l'offre afin de répondre aux besoins de toutes les clientèles	1	Diversifier/Offrir de nouvelles offres de services selon les tendances / clientèles cibles	Nombre de nouvelles offres de services par session	+ 2	+ 2	+ 2
	2	Optimiser l'utilisation des plateaux sportifs	Nombre d'heures d'utilisation : Clients ponctuels Cours de groupe Dekhockey Événements	+ 5%	+ 5%	+ 5%
	3	Suivre les tendances et consulter les usagers	Étude de marché annuelle (ÉM) Sondages client (SC)	• 1 ÉM • 2 SC	Maintien	Maintien
Renforcer notre rayonnement et notre positionnement stratégique	1	Organiser des événements d'envergure pour accroître notre notoriété	Nombre d'événements provinciaux organisés par an	+ 1	+ 1	+ 1
			Nombre d'événements nationaux organisés par an	+ 1 (2025-2028)		
	2	Augmenter le nombre d'événements où nous sommes promoteurs	Nombre de nouveaux événements par an	+ 1 (2025-2028)		
	3	Développer des partenariats structurants avec des fédérations ou organisations sportives	Nombre de partenariats signés	+ 15%	+ 15%	+ 15%
Structurer et professionnaliser notre stratégie de marketing et de communication	1	Déployer une stratégie marketing intégrée	Stratégie de communication et marketing à l'interne	Stratégie déployée	Poursuite stratégie	Poursuite stratégie
	2	Optimiser l'utilisation des données pour le marketing et la programmation	Système de collecte et d'analyse fonctionnel	Système complété	Poursuite utilisation	Poursuite utilisation
Développer le capital humain et renforcer la culture organisationnelle	1	Déployer une stratégie de marque employeur	Plan de marque employeur adopté	Stratégie déployée	Poursuite stratégie	Poursuite stratégie
	2	Développer la formation continue et les compétences internes	Nombre d'heures de formation par employé	+ 5%	+ 5%	+ 5%
	3	Renforcer la mobilisation et le bien-être au travail	Nombre d'activités de mobilisation par an	+ 10%	+ 10%	+ 10%
			Taux moyen de participation des employés	80%	85%	90%

An aerial photograph of a large, modern sports complex at dusk. The complex features a large, flat-roofed arena and several multi-story buildings with yellow and blue accents. The surrounding area includes parking lots with cars, a road with a bus, and distant city lights under a cloudy sky.

Avec cette planification stratégique,

« POUR CE QUI EST DE L'AVENIR,
IL NE S'AGIT PAS DE LE PRÉVOIR,
MAIS DE LE RENDRE POSSIBLE. »

Antoine de Saint-Exupéry
1900-1944

**COMPLEXE
SPORTIF**

PROMUTUEL
ASSURANCE