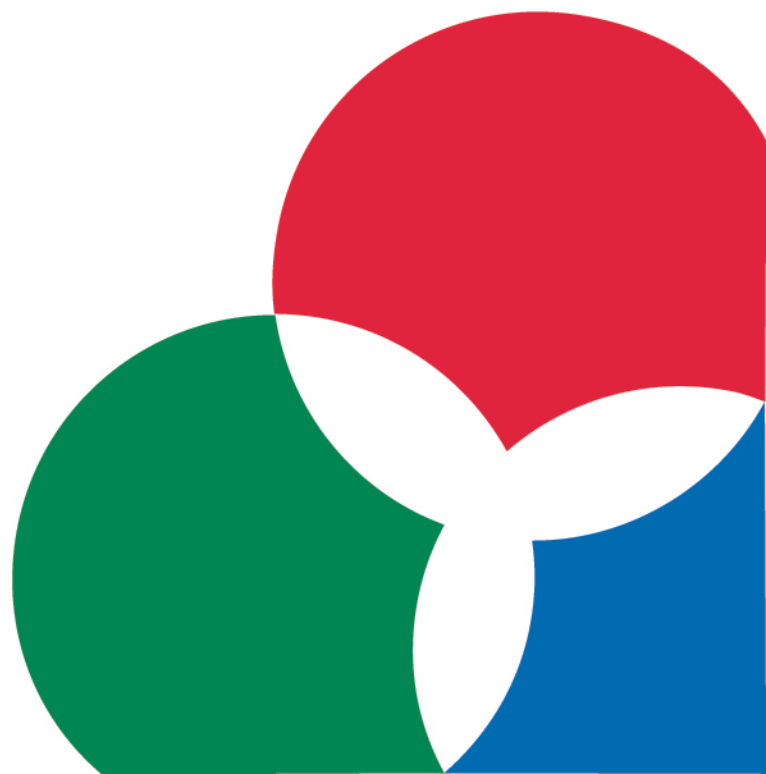


# Plan d'affaires 2014-2015

## **CENTRE DES SCIENCES DE L'ONTARIO**

Un organisme du  
gouvernement de l'Ontario



# Table de matières

RÉSUMÉ ANALYTIQUE .....	5
1. PRÉSENTATION DU CENTRE DES SCIENCES .....	8
Notre clientèle .....	8
Les parties prenantes.....	8
Les clients .....	9
Audiences prioritaires (Par ordre de priorité) .....	9
Plan stratégique de 2011 à 2016 .....	10
Notre mandat .....	10
Notre vision .....	10
Notre objectif .....	10
Nos valeurs .....	11
Nos critères d'affaires.....	11
Soutenir les priorités de l'Ontario.....	12
Gouvernance et leadership .....	12
Perspectives économiques de l'Ontario .....	14
Tourisme : Perspective de l'année en cours .....	14
Tendances démographiques.....	15
Perspectives opérationnelles .....	15
Concurrence .....	15
Les visiteurs du Centre des sciences de l'Ontario.....	16
Clients .....	16
Conditions favorables.....	16

Défis.....	17
Parties prenantes.....	17
Conditions favorables.....	17
Défis.....	18
Concurrents directs, substituts et nouveaux entrants .....	18
Conditions favorables.....	18
Défis.....	18
3. PLAN D’AFFAIRES DE 2014-2015.....	20
Alignement avec le plan stratégique de 2011-2016 .....	20
Plan stratégique – Principaux domaines clés.....	21
Plan d’affaires de 2014-2015 - Directions stratégiques et priorités en 2014-2015 .....	22
1. Expériences scientifiques .....	22
2. Participation et engagement des parties prenantes .....	23
3. Transformations organisationnelles .....	25
4. Développement des affaires .....	25
4. MESURE DE PERFORMANCE DE 2014-2015.....	27
5. ÉVALUATION ET GESTION DES RISQUES .....	29
Risque de flux de recettes.....	29
Risque de contrôles financiers inadéquats.....	29
Risque de perte de réputation.....	30
Risque de perte d’informations confidentielles.....	30
Risque lié aux conditions inattendues de l’infrastructure .....	31
Risque lié aux travaux majeurs .....	31

Risque d'atteinte à la sécurité physique .....	32
Risque de violation des technologies de l'information .....	32
Risque de défaillances du matériel informatique.....	33
Plans des opérations en cas d'urgence.....	33
Relations avec les tiers.....	34
Nom/Type .....	34
Nature de la relation.....	34
Administré par.....	34
6. PLAN FINANCIER - Exercice 2014-2015; Prévisions pour l'exercice 2015-2016 et 2016-2017.....	35
APPENDIX A – RÉSULTATS PROVISOIRES de 2013-2014.....	36
Engagements clés de 2013-2014 .....	37
1. Expériences scientifiques .....	37
2. Servir et engager les parties prenantes .....	38
3. Transformations organisationnelles .....	38
4. Développement des affaires .....	49
APPENDIX B – PLAN DE MISE EN ŒUVRE .....	40
APPENDIX C – MARKETING ET PLAN DE COMMUNICATION .....	43

## RÉSUMÉ ANALYTIQUE

L'objectif stratégique du Centre des sciences de l'Ontario (Centre des sciences) est de se placer en tête des centres d'expériences scientifiques au niveau mondial et en tête des attractions culturelles les plus visitées au Canada. Pour la deuxième année, le plan d'affaires 2014-2015 est produit en parallèle avec le plan stratégique adopté à l'automne 2011. Les objectifs, les stratégies et les priorités du Centre des sciences doivent être pensés comme formant un tout : l'accent est mis sur leurs connexions et leurs interactions; et non pas sur des engagements uniques.

Malgré l'incertitude économique actuelle, les visites au cours de la première moitié de la période 2013-2014 ont été très soutenues. L'exposition temporaire, Game On 2.0 a permis d'augmenter le nombre d'entrées, mais surtout d'attirer un nouveau profil de visiteurs qui ne fréquentent habituellement pas le Centre des sciences. Récemment, nous avons noté une inversion des tendances, constatée également pour de nombreuses autres attractions touristiques cette année, avec plus d'entrées générales et moins de visites de membres. Les autres faits saillants de l'année 2013-14 comprennent : forte adhésion au programme de membres avec 20 116 ménages participants; un appui solide pour 7<sup>e</sup> Bal des innovateurs LG qui a eu lieu le 14 novembre 2013 et a permis de générer 590 000 \$ de revenus nets, soit une augmentation significative par rapport à 2013; des programmes favorisant l'accès au niveau communautaire, comme la journée communautaire qui a attiré près de 8 130 visiteurs.

Pour la deuxième année de mise en application du nouveau plan stratégique et étant donné notre environnement opérationnel actuel, le Centre des sciences s'est engagé à atteindre les objectifs suivants en 2014-2015 :

Attirer plus de visiteurs et accroître les revenus

- **Maintenir le nombre de visiteurs.** Attirer 1,02 million ou plus de visiteurs sur place faisant partie du segment prioritaire.
- **Préserver et accroître le nombre ses membres.** Maintenir une adhésion d'au moins 20 000 ménages membres, avec un objectif de croissance.
- **Générer des revenus.** Générer un minimum de 16,8 millions de dollars de revenus (liés aux activités et aux dons) sur place et en dehors du Centre des sciences, en fonction des secteurs d'activité.
- **Accroître la part du financement du gouvernement et des partenaires.** Poursuite des discussions sur les occasions de financement pour augmenter les fonds d'exploitation et les capitaux octroyés par le Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et par le biais d'autres agences.

- **Accroître le soutien offert par le secteur privé.** Sécuriser l'investissement des entreprises privées par le biais des commandites et des dons, et accroître le soutien du secteur privé à travers des programmes de dons annuels d'envergure.

Objectif : Renforcer la satisfaction de la clientèle et la notoriété de la marque

- **Appliquer la nouvelle Stratégie de la marque** qui régit non seulement les activités de marketing du Centre des sciences, mais aussi tous les aspects de notre engagement envers les visiteurs, y compris le développement d'expositions, de programmes et les interactions avec les visiteurs.
- Présentation de nouvelles expositions. Accueillir diverses expositions temporaires (*Sesame Street Presents the Body*, *Sultans of Science*, *Science of Rock 'N' Roll* et *Brain: The Inside Story*).
- **Offrir de nouveaux films.** Proposer de nouveaux films IMAX<sup>MD</sup> au cours de l'année, comme *Jerusalem*, et remettre à l'affiche des films déjà diffusés.
- **Susciter l'intérêt des visiteurs toute l'année.** Ouvrir le Centre des sciences au public 364 jours par an; offrir des expositions permanentes, des expositions spéciales, des films, des programmes scolaires et des démonstrations toute l'année.
- **Promouvoir le Centre des sciences dans le monde.** Générer un minimum de 2,02 millions de dollars de revenus bruts provenant des ventes et de la location d'expositions, y compris des placements en Amérique du Nord et à l'étranger avec un accent particulier sur l'Asie.

Exploitation d'une organisation performante et efficace vouée à l'excellence

- **Comprendre ses clients.** Continuer à mettre en œuvre de nouveaux outils de recherche et à recueillir des renseignements axés sur le client, afin de renforcer les relations avec la clientèle.
- **Acquérir et développer de nouvelles expériences originales.** Continuer la négociation de produits uniques et de grande qualité (expositions, programmes, films) pour les années à venir, et faire progresser le futur plan de renouvellement des expositions par le biais du plan thématique.
- **Gestion responsable.** Gérer un budget équilibré de 36 M \$ au total, et appliquer des stratégies de gestion des flux de trésorerie prudentes pour terminer l'année avec des réserves de trésorerie qui dépassent les exigences de fonds de roulement.

Investir continuellement dans notre avenir

- **Renforcer les relations avec le gouvernement.** Poursuivre le dialogue avec le Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport, et le Secrétariat du Conseil de gestion afin d'étendre les relations et les connexions en fonction des priorités politiques publiques, des initiatives et des mandats fédéraux, provinciaux et municipaux; et renforcer la capacité à atteindre les objectifs d'affaires du Centre des sciences.
- **Rendre le Centre des sciences accessible à tous.** Offrir une gamme de programmes d'accès communautaires pour tous, avec pour mission de rendre accessible le Centre des sciences à ceux et celles qui n'en ont pas les moyens. Solliciter l'appui des entreprises et des particuliers pour ces programmes.
- **Améliorer nos installations et notre infrastructure.** Continuer d'effectuer des améliorations par ordre de priorité concernant l'infrastructure et les systèmes, afin de soutenir le changement et l'amélioration des processus.
- **Engager et remanier notre main-d'œuvre.** Continuer à accroître l'engagement des employés et à améliorer les chaînes de communication, la sensibilisation et la collaboration sur les questions stratégiques et opérationnelles, sur les actions et les améliorations. Fournir un milieu de travail sécuritaire et productif avec des possibilités de formation et d'avancement.

Maintenir le taux de fréquentation et la diversité croissante du public, l'expansion de nos offres et, bien qu'elle soit déjà populaire, maintenir les efforts d'amélioration de la marque (Centre des sciences de l'Ontario), afin de contribuer à la concrétisation de notre vision, à la réalisation de nos objectifs stratégiques et à assurer la pérennité du Centre des sciences sur le long terme.

# 1. PRÉSENTATION DU CENTRE DES SCIENCES

Le Centre des sciences de l'Ontario (Centre des sciences) a ouvert ses portes en 1969. Ce musée scientifique interactif avant-garde est un don de la province de l'Ontario octroyé à l'occasion du centenaire du Canada. Aujourd'hui, avec plus de 2 000 centres scientifiques interactifs à travers le monde, le Centre des sciences continue, en tant que chef de file, à inspirer les acteurs de ce secteur.

Les travaux actuels du Centre des sciences transcendent son mandat original pour accroître la compréhension du public en sciences. Aujourd'hui, nous nous adressons aux visiteurs de tous les âges, en leur faisant découvrir les liens vitaux entre la science et leur vie quotidienne. Que ce soit en expliquant la relation entre les tremblements de terre et les tsunamis pour mieux comprendre les catastrophes naturelles, l'évaluation de l'importance du programme de la navette spatiale, les enjeux de la recherche sur les cellules souches, l'analyse des liens entre une vie active aujourd'hui pour une meilleure santé dans 20 ans, le Centre des sciences - en collaborant avec les visiteurs et les parties prenantes - joue un rôle clé, notamment en élargissant notre portée, la pertinence, l'impact et la durabilité.

Dans le monde d'aujourd'hui, la culture scientifique est aussi importante que toute autre forme de littératie et de numératie. Les centres des sciences améliorent le bien-être, le niveau d'éducation, les réalisations, les attitudes et les compétences des générations actuelles et futures. Les enfants qui visitent aujourd'hui le Centre des sciences seront en mesure de devenir des « acteurs du changement » pour créer un avenir meilleur et ce, dans un monde en évolution rapide. Les adolescents qui participent aux programmes du Centre des sciences aujourd'hui deviendront les dirigeants et les décideurs de demain. Les adultes pourront quant à eux mieux comprendre le contexte des découvertes scientifiques et contribuer en tant que citoyens éclairés, au dialogue et au débat sur des sujets d'actualité tels que le changement climatique. Le Centre des sciences a atteint ses objectifs en créant des expériences uniques qui combinent plaisir et apprentissage libre.

## Notre clientèle

Lorsqu'il définit ses orientations et ses priorités, le Centre des sciences prend en considération une large gamme de parties prenantes et de clients, en constante évolution.

### Les parties prenantes

- Les résidents de l'Ontario, représentés par le Gouvernement de l'Ontario, ses ministres et les ministères
- Les organisations éducatives et de recherche en sciences
- Les commanditaires publics, privés et individuels



- Les Centres des sciences et les musées scientifiques du monde entier
- Les organisations et les communautés – telles que des attractions culturelles et touristiques locales - avec des intérêts communs
- Les employés
- Les bénévoles

### **Les clients**

- Les visiteurs et les groupes
- Les membres
- Les liens et partenaires commerciaux, y compris les centres des sciences et les musées, les agences de voyage, les voyagistes et les activités locatives

### **Audiences prioritaires (Par ordre de priorité)**

Les familles. Les familles avec enfants correspondent aux principaux visiteurs du Centre des sciences. La marque du Centre des sciences renvoie à l'apprentissage dans la joie et à des expériences multi générationnelles et sociales. Les enfants participent activement à la découverte du monde qui les entoure, tandis que les parents regardent avec attention leurs enfants apprendre, tout en apprenant eux-mêmes.

Les groupes scolaires. L'approche interactive du Centre des sciences concernant l'apprentissage de la science fournit aux enseignants et aux élèves de la maternelle à la 12e une expérience d'apprentissage alternative marquante, à l'extérieur de la classe. Dans une récente enquête nationale, 94% des étudiants des universités canadiennes ont déclaré que les sorties dans les musées scientifiques ont stimulé leur intérêt pour la science et la technologie. À une époque où le corps enseignant est préoccupé par la baisse de l'engouement pour la science et la technologie chez les jeunes, l'enquête a révélé que l'intérêt des élèves pour ces sujets augmente grâce aux expériences interactives proposées par les centres des sciences.

Adultes sans enfant. Les adultes de tous âges désirent accroître leurs connaissances scientifiques. Une visite au centre des sciences est une expérience sociale agréable qui permet de mieux comprendre le contexte des découvertes scientifiques et de la recherche, et qui fait place au dialogue, au débat et à la prise de décisions sur des questions liées au climat, au financement de la recherche, et à leur état de santé.

## **Plan stratégique de 2011 à 2016**

Le Centre des sciences est l'un des principaux centres des sciences au monde. Pour maintenir cette position de chef de file tout en prenant en compte la durabilité et afin de fournir une vision claire et stratégique du futur, le Centre des sciences a lancé un plan stratégique en 2011. Le plan redéfinissait la vision, les buts, les valeurs, les objectifs globaux d'affaires et les stratégies pour les cinq prochaines années.

Le plan annuel de l'organisme constitue un lien vital entre les stratégies à long terme et les objectifs à court terme qui régissent chaque cycle de planification budgétaire. Les liens entre le plan stratégique et ce plan sont établis à la section 3.

### **Notre mandat**

Concernant le Centre des sciences, la *Loi sur le Centre Centennial des sciences et de la technologie* indique les objectifs suivants :

- a. Représenter le public et offrir un programme éducatif sur les origines, le développement et les progrès scientifiques et technologiques, et leur relation avec la société;
- b. représenter le rôle joué par la province de l'Ontario en termes de progrès de la science et de la technologie;
- c. stimuler l'intérêt du public pour les domaines présentés par le Centre;
- d. collecter, fabriquer, commercialiser, exposer et vendre des objets et des installations; et
- e. entretenir et exploiter un centre des sciences et des installations connexes en vue des objectifs énoncés aux alinéas (a) à (d) et fournir des services de conseil en relation avec toutes les questions énoncées dans cette section.

### **Notre vision**

Inspirer la curiosité, la découverte et l'action pour créer un meilleur avenir pour la planète.

### **Notre objectif**

Le Centre des sciences de l'Ontario émerveille, informe et suscite l'intérêt des communautés qu'il sert, enrichissant leur vie et leurs connaissances en participant à des activités scientifiques d'importance locale, nationale et mondiale. C'est un lieu public qui encourage les idées novatrices et un dialogue stimulant en sciences et technologie.

## Nos valeurs

- Responsabilité – envers toutes les parties prenantes, y compris les résidents de l'Ontario
- Collaboration – tant à l'intérieur du Centre des sciences qu'à l'extérieur, c'est-à-dire les parties prenantes et les visiteurs
- Créativité – quant à la façon d'atteindre les objectifs et de relever les défis mais aussi de créer des occasions
- Le client avant tout – toutes les activités du Centre des sciences sont tournées vers le client
- Politique d'inclusion - Servir diverses communautés d'intérêt et d'experts
- Intégrité – fournir de l'information scientifique précise et pertinente et gérer le Centre des sciences de manière responsable
- Passion – à travers l'engagement du personnel et des employés envers les objectifs du Centre des sciences
- Prise de risque – exploration continue de nouveaux outils et processus pour remplir l'objectif du Centre des sciences

## Nos critères d'affaires

Toutes les activités sont examinées et évaluées selon ces questions. Est-ce que cette activité :

- accroît notre portée et élargie notre profil?
- encourage la découverte et l'apprentissage?
- est financièrement viable?
- a un impact significatif?
- est originale?
- est mesurable?
- correspond aux enjeux actuels de la science et de la société?

## Soutenir les priorités de l'Ontario

En tant qu'organisme du gouvernement de l'Ontario relevant du Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (ci-après Ministère), le Centre des sciences s'est engagé à remplir ses propres objectifs stratégiques et à promouvoir les objectifs plus larges du gouvernement provincial et du Ministère. S'appuyant sur l'engagement de la province (à savoir optimiser la vitalité économique, culturelle et sociale de l'Ontario), le Centre des sciences fera sa part en offrant un programme dynamique en sciences et technologie s'adressant à divers auditoires, à l'échelle provinciale et globale. Plus précisément, le Centre des sciences fait écho à certains des objectifs de base de la province en rendant ses programmes accessibles à tous, en favorisant une culture d'innovation, en soutenant la réussite des élèves, en fournissant un environnement sécuritaire et dynamique où les familles peuvent apprendre et jouer ensemble, en faisant la promotion de saines habitudes de vie, en attirant des touristes dans la région, et en développant des programmes inspirés par et axés sur l'actualité scientifique, y compris l'environnement et l'écologie, la santé et le bien-être, la technologie et la diversité.

## Gouvernance et leadership

Le Centre des sciences est régi par un conseil d'administration, un président d'administration et un vice-président d'administration nommés par le lieutenant-gouverneur en conseil. En vertu de la *Loi sur le Centre Centennial des sciences et de la technologie*, le Conseil doit être composé au minimum de seize membres et au maximum de vingt-six membres. Les membres du Conseil sont nommés pour un mandat ne dépassant pas trois ans. Ils peuvent être réélus pour un mandat supplémentaire. Le président du Conseil est Brian Chu. Ann Louise Vehovec a récemment été nommée vice-présidente.

Le Centre des sciences est un organisme du Ministère. Il est classé en tant qu'organisme opérationnel, une ancienne agence (annexe 1). Des discussions régulières ont lieu entre le Centre des sciences et le Ministère concernant les pouvoirs administratifs nécessaires au bon fonctionnement du Centre des sciences afin qu'il puisse poursuivre ses priorités d'affaires.

Le Conseil doit rendre des comptes au Ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport. Cette relation est détaillée dans un protocole d'accord, mis à jour en 2011. Le Conseil est un conseil d'administration axé sur la stratégie organisationnelle et l'établissement des priorités, ainsi que sur des questions stratégiques liées à la programmation, au développement d'exposition et aux principaux éléments en termes de politiques financières ou opérationnelles.

Une orientation est fournie à tous les membres du Conseil, et comprend une discussion sur la vision, les directions et les priorités stratégiques, les plans d'affaires, les activités de collecte de fonds, les responsabilités du président et du directeur général, les limitations du pouvoir de la direction, les conflits d'intérêts, la délégation des pouvoirs

financiers et la responsabilité du Ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport. Ces informations font l'objet d'une mise à jour régulière.

Le Conseil travaille avec un comité exécutif et quatre comités de programme : *Finances et opérations; Développement; Planification au long terme; et, Gouvernance et relations gouvernementales*. Les comités du Conseil font des recommandations au conseil d'administration. Le conseil et ses sous-comités se réunissent trimestriellement. Les comptes rendus du conseil d'administration sont présentés régulièrement au Ministère et un rapport annuel incluant les états financiers vérifiés est soumis à l'Assemblée législative chaque année.

Le directeur général doit rendre des comptes au Conseil quant à la mise en œuvre de la politique du Conseil et à la direction et à la gestion de l'organisation afin que ses objectifs soient atteints. Le directeur général relève également du sous-ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport qui veille à ce que les activités du Centre des sciences s'inscrivent dans un cadre approuvé par le gouvernement provincial concernant les entreprises et les organismes opérationnels, y compris le respect de toutes les directives et politiques du Conseil de gestion du gouvernement.

Le Centre des sciences compte cinq branches regroupant environ 266 employés équivalents à temps plein, chargés de mettre en œuvre les opérations et ce, sept jours sur sept. Cinq vice-présidents relèvent directement du directeur général :

- Vice-président, Services et opérations et chef de l'exploitation
- Vice-président, Expériences et conseiller scientifique en chef
- Vice-président, Relations extérieures et chef des relations à la clientèle
- Vice-président, Enseignement des sciences
- Vice-président, Marketing et communications stratégiques

## 2. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

### Perspectives économiques de l'Ontario

Les perspectives économiques et budgétaires à moyen terme divulguées par la province de l'Ontario en mai 2013 indiquent que l'économie de l'Ontario devrait croître à un rythme modéré au cours des prochaines années. Le commerce devrait être un facteur clé de la croissance à moyen terme. L'Ontario bénéficiera de fortes exportations vers les États-Unis, la reprise économique étant dynamique chez notre voisin. L'incertitude économique et financière en Europe et aux États-Unis continue de poser des risques importants pour l'économie de l'Ontario. Depuis juin 2009, le rythme de création d'emplois en Ontario est supérieur à la moyenne des pays de L'Organisation de coopération et de développement économiques et des États-Unis. L'Ontario a créé près de 400 000 emplois depuis juin 2009 et a ainsi pu compenser tous les emplois perdus lors de la récession. Le taux de chômage de l'Ontario a également baissé, il est passé de 9,4 pour cent en juin 2009 à 7,5 pour cent en 2013.

La création d'emplois en Ontario devrait se renforcer à moyen terme, avec une augmentation de 1,2 pour cent en 2013, de 1,4 pour cent en 2014, et de 1,5 pour cent en 2015 et 2016, soit presque plus de 400 000 emplois en plus en 2016 par rapport à 2012. Le taux de chômage devrait diminuer régulièrement, passant de 7,5 pour cent en 2013 à 6,8 pour cent en 2015.

L'économie a un impact direct sur la confiance des consommateurs et, par conséquent, sur les dépenses de consommation. Bien que l'économie de l'Ontario soit censée croître à un rythme modéré, ce rythme pourrait s'avérer insuffisant pour modifier les comportements de consommation qui ont émergé depuis le début de la récession en 2008. La réduction des dépenses des ménages et la recherche constante de l'« aubaine » continue de dominer le comportement des consommateurs en Ontario, mais aussi partout dans le monde. Dans une enquête mondiale effectuée par Nielsen Holdings au printemps 2012, plus de deux tiers (67 %) des répondants ont indiqué que, par rapport à la même période de l'année dernière, ils ont changé leurs habitudes de dépenses pour économiser. Parmi les trois premières réponses, 51 pour cent des consommateurs interrogés ont déclaré qu'ils dépensent moins en nouveaux vêtements, 48 pour cent affirment avoir réduit leur dépense en divertissement hors du domicile et 47 pour cent essaient d'économiser sur l'essence, le gaz et l'électricité. Ces tendances ont et continueront d'avoir un impact significatif sur le Centre des sciences.

### Tourisme : Perspective de l'année en cours

Le Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport indique que les deux principaux facteurs qui influencent les décisions de voyage sont *l'environnement économique* et *la proximité de la destination*. Concernant les séjours, les voyages domestiques sont beaucoup plus importants que les voyages internationaux. Concernant la ville de Toronto, les résidents de l'Ontario ont représenté 52 % des séjours d'une nuit, contre environ 14 % pour le reste du Canada, 21 % pour les États-Unis et environ 14 % pour

les autres étrangers. Toronto attire trois types de voyageurs principaux : les voyages d'affaires, les voyages touristiques et les voyages pour rencontrer des amis ou de la famille. Pour ces trois segments, les dépenses étaient presque égales en proportion. Les voyageurs qui effectuaient un séjour d'une seule nuit étaient plus susceptibles de visiter des musées, des galeries d'art, et de rencontrer des amis ou de la famille.

## Tendances démographiques

Le Canada a connu des changements démographiques importants au cours des dernières années. Le recensement de 2011 a indiqué que les familles comptant un couple sans enfants de moins de 25 ans représentaient le plus grand nombre de ménages, suivi par les ménages composés d'une personne, puis les familles biparentales avec enfants, suivi des familles monoparentales avec enfants. Le taux de croissance de la population de l'Ontario est légèrement en dessous du reste du Canada. Cependant, le Grand Toronto continue de croître rapidement - en particulier les régions de York, Halton, Peel et Durham. La taille du groupe d'âge des 25 à 44 ans a diminué, supplantée par la génération issue du Baby-boom, âgée de 45 à 64 ans. Sur la base de cette tendance, qui a commencé en 2008, le taux de scolarisation continue de diminuer. L'immigration continue d'être un facteur important pour le Canada et l'Ontario. Bien que l'immigration en Ontario ait diminué, elle représentait encore 42 % de l'immigration au Canada.

Les tendances démographiques influencent directement le Centre des sciences et nos trois marchés prioritaires. La baisse continue du taux de scolarisation est telle que le Centre des sciences doit considérer de nouveaux moyens pour attirer les écoles. De plus, nous continuons à chercher des solutions pour attirer les adultes sans enfants compte tenu de la croissance prévue de ce segment. Au-delà de l'économie, la démographie changeante a et continuera d'avoir le plus grand impact sur le Centre des sciences.

## Perspectives opérationnelles

### Concurrence

L'ouverture de l'aquarium *Ripley's Aquarium of Canada*, situé à côté de la Tour CN en octobre 2013 est une excellente nouvelle pour renforcer les options de divertissement dans le Grand Toronto, mais a eu un impact sur la fréquentation du Centre des sciences au cours des six premières semaines de fonctionnement. L'impact devrait se poursuivre, mais l'ouverture de la nouvelle exposition ***L'Extrême humain d'AstraZeneca*** en décembre 2013, combinée à un programme d'expositions temporaires très intéressant pour 2014, devrait contribuer à atténuer les répercussions. En outre, Toronto continue d'offrir beaucoup d'événements et de festivals gratuits durant la saison d'été, offrant aux familles locales et aux touristes une alternative aux attractions payantes telles que le Centre des sciences.

## Les visiteurs du Centre des sciences de l'Ontario

La majorité des visiteurs proviennent de la région du Grand Toronto et est composée de familles avec enfants de 12 ans et moins. Les écoliers de la 4<sup>e</sup> à la 8<sup>e</sup> représentent 50 % des réservations scolaires. Les tendances économiques et démographiques susmentionnées représentent un défi tant en termes de croissance de la fréquentation que de revenus pour ce segment. La sensibilité aux prix des visiteurs s'est accrue. Ils orientent désormais leur décision d'achat sur le rapport qualité-prix. Les données sur la fréquentation du Centre des sciences ont montré que les visiteurs ont davantage recours aux offres promotionnelles et à l'adhésion au statut de membre que les années précédentes. En comparaison aux six autres attractions du Grand Toronto, le Centre des sciences a attiré davantage de visiteurs issus de milieux ethniques diversifiés, entraînant des occasions pour le Centre des sciences compte tenu de l'importante de la population d'immigrés résidents dans le Grand Toronto. Les résidents de l'Ontario ont une image forte et positive du Centre des sciences. En effet, le Centre des sciences est perçu comme un lieu éducatif, innovant, ludique et interactif. Le Centre des sciences doit renforcer l'idée qu'il représente un endroit qui peut être visité à plusieurs reprises et que des expériences sont offertes également pour les adultes sans enfants. Plus de 60 % des résidents de l'Ontario ont visité le Centre des sciences il y a plus de trois ans.

En général, les visiteurs du Centre des sciences étaient satisfaits ou très satisfaits de leur visite et la grande majorité ont affirmé que leurs attentes ont été atteintes ou dépassées. Les commentaires des visiteurs ont révélé que nos expositions permanentes ont eu un impact significatif sur leur visite. Les résultats avant et après intervention de la campagne d'été indiquent les avantages d'une campagne de marque soutenue, appuyée par nos expositions permanentes et spéciales ainsi que d'autres programmes (films, publicités, récréatifs et éducatifs) pour renforcer le but et l'impact du Centre des sciences.

## Clients

### Conditions favorables

- Les visiteurs continuent à considérer le Centre des sciences comme un lieu intéressant (basé sur les résultats de recherche, y compris les enquêtes de satisfaction de la clientèle). Toutefois, certains aspects restent à améliorer, dont seulement une petite portion est sous son contrôle.
- Le Centre des sciences est un lieu familier pour les résidents de l'Ontario avec 81 % d'entre eux indiquant qu'ils connaissent un peu le Centre des sciences (étude MarCom G6).
- Il existe relativement peu d'attractions ouvertes toute l'année et conçues pour les familles avec de jeunes enfants, permettant au Centre des sciences (à travers



**Activité**) de servir ce marché, et d'établir un créneau et une expertise en éducation de la petite enfance.

- On note un certain effort au sein du secteur touristique pour renforcer et encourager le tourisme à Toronto

### **Défis**

- Les attentes des clients en matière de communications de plus en plus personnalisées et sophistiquées en termes de technologie résultent en partie de leur expérience avec d'autres organisations.
- Bien que le dollar canadien se soit légèrement affaibli par rapport à l'année dernière, il reste relativement fort, entraînant un effet positif sur les décisions de voyages de nos ressortissants vers les États-Unis.
- Les touristes américains restent très peu nombreux. Les données démographiques de voyages touristiques vers Toronto ont quelque peu changé.
- Les actions syndicales au prochain exercice pourront avoir un impact à la fois sur les visites et les recettes.
- En raison des priorités et des politiques de financement, une certaine pression est exercée sur les enseignants afin de justifier et de financer les voyages scolaires.
- Les programmes en rapport avec les curriculums scolaires sont axés sur l'apprentissage de la lecture et de l'arithmétique, avec en fond la science et la technologie.
- Les conditions économiques instables créent une situation d'incertitude pour les entreprises et les particuliers, il est donc plus difficile de sécuriser les contrats de commandites et les dons.

### **Parties prenantes**

(Soutien de la part du secteur public, privé et des particuliers; instituts de recherche en sciences et établissement d'enseignement; employés et bénévoles)

#### **Conditions favorables**

- Le soutien privé et individuel au Centre des sciences et à ses programmes et services continue de croître.
- Le Centre des sciences entretient de solides relations avec des établissements de recherche et des établissements d'enseignement au niveau local, national et international.

- Les priorités du gouvernement provincial continuent de s'axer sur divers sujets liés à la science et à la technologie, allant de la santé à la durabilité environnementale.

### **Défis**

- La main-d'œuvre se faisant vieillissante et le personnel ayant tendance à rester au-delà de l'âge de la retraite, un accent particulier est mis sur la planification de la relève et le rééquilibrage de l'ensemble des compétences au sein du Centre des sciences.
- La pression budgétaire exercée sur les Conseils scolaires du district de Toronto pourrait affecter le soutien accordé aux enseignants détachés qui enseignent à l'École des sciences du Centre des sciences.

## **Concurrents directs, substituts et nouveaux entrants**

### **Conditions favorables**

- Le Centre des sciences maintient sa part de marché par rapport aux concurrents du secteur artistique et culturel.
- Les prix d'admission au Centre des sciences demeurent concurrentiels comparés à ceux pratiqués par les autres attractions culturelles de la région. Le Centre des sciences maintient ses prix d'admission générale et ne facture pas de supplément pour ses expositions spéciales. La plupart des concurrents présents sur le marché exigent un supplément pour la visite de leurs expositions spéciales. Lorsqu'on tient compte du coût combiné de l'admission générale et du coût de l'admission supplémentaire pour ces expositions spéciales, le niveau de prix du Centre des sciences est, soit égal, soit légèrement inférieur.
- L'ouverture de l'Aga Khan au début de 2014 permet de créer des occasions de partenariats bénéfiques pour les deux organisations. Dans cet esprit, le Centre des sciences a accueilli *Sultans of Science* (de février à mai 2013), une exposition sur la science au cours de l'âge d'or de l'Islam.

### **Défis**

- Le prix d'admission générale au Musée royal de l'Ontario est nettement inférieur à celui du Centre des sciences. Toutefois, un supplément est exigé pour visiter leurs expositions spéciales, rendant leurs prix plus élevés que ceux du Centre des sciences.
- Avec environ 13 500 animaux marins, l'aquarium a ouvert ses portes en octobre 2013 au pied de la tour CN de Toronto. Les prévisions sont de 2 millions de

visiteurs par an. L'aquarium aura un impact sur le segment des familles et des écoles.

- D'autres organisations (universités, grandes sociétés, associations et entreprises privées) offrent des programmes en science et en technologie liés au curriculum scolaire.
- D'autres événements culturels ont eu beaucoup de succès récemment, accueillant des expositions d'envergure.

### 3. PLAN D’AFFAIRES DE 2014 - 2015

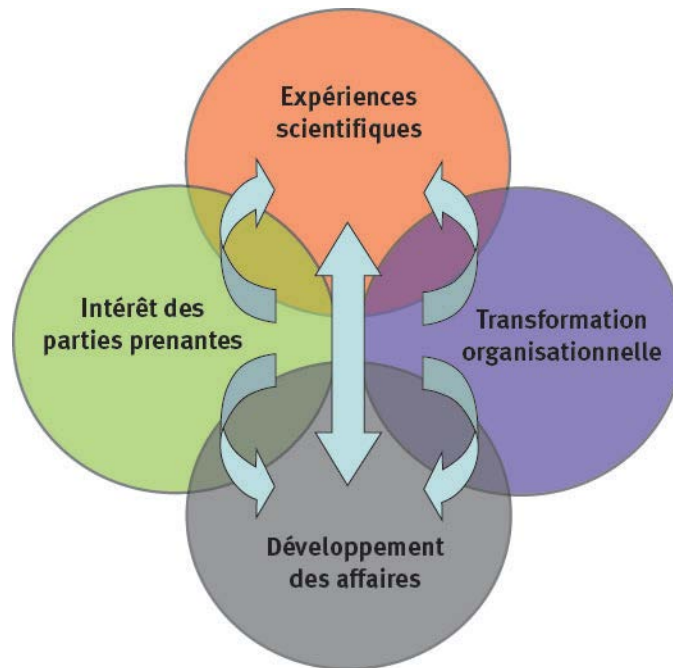
Le Centre des sciences utilise un cadre évolutif pour guider et hiérarchiser ses objectifs et stratégies d’activité, y compris un processus clair pour établir des objectifs pour l’exercice annuel. L’équipe de direction (ci-après la direction) du Centre des sciences utilise ce cadre pour définir les priorités liées aux plans stratégiques et opérationnels à long terme et ce, pour chaque cycle budgétaire. Le Centre des sciences est actuellement en train de mettre en œuvre le plan stratégique (***Notre démarche de 2011 à 2016***) qui a été recentré pour faire avancer l’organisation.

#### **Alignement avec le plan stratégique de 2011 à 2016**

Depuis 2004, la haute direction a pris une nouvelle direction, en s’appuyant notamment sur la période de transformation (*L’opération innovation*), avec l’objectif d’assurer la durabilité du Centre des sciences. En 2010 et 2011, le Centre des sciences a achevé une initiative de planification stratégique avec la participation du conseil et de tous les membres de l’organisation. Ce processus a permis de redéfinir la vision du Centre des sciences et d’actualiser les stratégies, les objectifs et les étapes à suivre pour concrétiser cette vision.

L’objectif stratégique du Centre des sciences est de devenir *un fournisseur d’expériences scientifiques de classe mondiale et le lieu culturel le plus visité au Canada*. Cette direction se compose de cinq objectifs stratégiques, mis en œuvre à travers nos quatre principaux domaines d’intérêt : Expérience scientifique, Intérêt des parties prenantes, Transformation organisationnelle et Développement des affaires. Ces objectifs et stratégies associées doivent être considérés comme formant un tout : leur force vient de leurs connexions et de leurs interactions, et non pas en tant qu’engagements uniques. La relation schématique entre les principaux domaines d’intérêt est représentée à la page suivante.

## Plan stratégique – Principaux domaines clés



Il est important de souligner que la vision du Centre des sciences au long terme reste ambitieuse. La planification budgétaire est à cheval entre les objectifs stratégiques et les étapes de mise en œuvre. Les plans spécifiques, les tactiques et les résultats de prévision sont développés à chaque exercice et sont influencés par les connaissances disponibles à cette période. À cette fin, le plan 2014-2015 et les objectifs associés ont été développés dans le cadre du défi de durabilité rencontré actuellement par le Centre des sciences, ainsi que de son environnement opérationnel actuel. En plus des priorités du Centre des sciences identifiées ci-dessous, le Centre continuera de mettre l'accent sur la mise en œuvre de la stratégie de marque en 2014-2015. Nous veillerons à ce que la marque soit mise en valeur dans tous les programmes, les services et les communications du Centre des sciences.

Chaque année, le processus de planification commence avec les éléments expérientiels fondamentaux nécessaires pour permettre au Centre des sciences d'atteindre ses objectifs stratégiques. Une fois effectuées, les estimations de fréquentation sont développées afin de refléter l'offre de produits, suivi par des estimations de revenus engendrés, ainsi que les exigences du budget de fonctionnement. Toutes les estimations sont influencées par une évaluation des risques et des occasions qui pourraient se présenter, et les stratégies visant à atténuer ces risques ou à profiter de ces occasions.

# Plan d'affaires de 2014-2015 - Directions stratégiques et priorités en 2014-2015

## 1. Expériences scientifiques

- i. Devenir une référence en termes d'apprentissage libre de la science au niveau local, national et mondial;
  - a. Créer un nouveau plan thématique qui définit et décrit toutes les nouvelles expositions permanentes et temporaires, les programmes publics, les démonstrations, les films, et les expériences en ligne. Le plan englobera les perspectives locales, nationales et mondiales et sera utilisé pour communiquer avec les parties prenantes
  - b. Développer et présenter des expériences enrichissantes pour tous nos publics
  - c. Développer des expériences qui permettent d'interagir avec les visiteurs et de créer un dialogue sur le rôle de la science dans la société d'aujourd'hui
  - d. Inclure des expériences scientifiques dans des lieux inattendus, autant à l'arrivée qu'au départ des visiteurs
- ii. Se positionner en tant que ressource incontournable pour l'apprentissage en dehors de la classe.
  - a. Développer de nouvelles approches et de nouveaux produits :
    - Repositionner et maintenir le Centre des sciences en tant que premier choix pour l'apprentissage des sciences en dehors de la classe
    - Proposer des activités en lien avec le curriculum, au-delà de la science et de la technologie, par exemple en maths ou en musique
    - Proposer une programmation unique et enrichissante pour inciter les enseignants à amener leur classe au Centre des sciences
  - b. Plaider en faveur de l'importance de l'apprentissage hors de la classe :
    - Négocier avec les partenaires des conseils scolaires pour rendre une visite au Centre des sciences obligatoire dans le cadre du curriculum en science et technologie de l'Ontario
    - Continuer à travailler avec d'autres organismes culturels pour que les expériences hors de la classe restent un moyen d'apprentissage incontournable en Ontario

## Priorités 2014-2015

1. Livrer et présenter, selon le plan thématique, nos programmes et nos expériences scientifiques auprès de nos publics prioritaires aussi bien dans des endroits traditionnels qu'inattendus, y compris :
  - i. Expositions temporaires – *Sesame Street Presents the Body, Sultans of Science, Science of Rock 'N'Roll, Brain: The Inside Story*
  - ii. Expositions permanentes – L'Extrême humain d'AstraZeneca, projet d'exposition des objets de collection du Centre des sciences, *Cohon Family Nature Escape*
  - iii. Programmes
  - iv. Films
  - v. Expositions et programmes conçus pour les ventes internationales
2. Recherche, conception et début de la phase de développement d'une nouvelle initiation de capital durable qui répond à notre stratégie visant à engager activement un dialogue avec les visiteurs sur le rôle de la science au sein de notre société.

### **2. Participation et engagement des parties prenantes**

- i. Créer une culture qui valorise l'engagement et la participation des parties prenantes.
  - a. Favoriser l'inattendu en élaborant de nouveaux réseaux avec nos parties prenantes puis en tirant parti de leurs réseaux pour accroître le soutien au Centre des sciences
  - b. Mesurer et communiquer l'impact et la valeur des services rendus au public par le biais de canaux traditionnels et innovants, y compris par le biais de la « collecte systématique d'anecdotes »
  - c. Se rapprocher des priorités pertinentes des politiques publiques et des bailleurs de fonds publics
  - d. Maximiser les possibilités de mise en place d'un profil du Centre des sciences et de ses parties prenantes en exigeant de fournir, pour chaque initiative, un plan d'engagement

## Priorités 2014-2015

1. Soutenir les engagements et les priorités provinciales grâce à diverses initiatives, y compris le soutien au développement de la jeunesse et de modes de vie sains grâce à la participation aux jeux panaméricains/parapanaméricains de 2015 et la nouvelle exposition ***L'Extrême humain d'AstraZeneca***.



### **3. Transformations organisationnelles**

- i. Bâtir une culture tournée vers la valeur et la performance
  - a. Mobiliser l'ensemble du personnel afin de promouvoir les valeurs nouvellement développées de l'organisation
  - b. Mettre en valeur l'excellence de la performance grâce à la mobilisation envers les objectifs et les mesures
  - c. Utiliser l'informatique décisionnelle et la recherche pour améliorer la prise de décision à l'échelle de l'organisation
  - d. Améliorer les processus et les pratiques; et les transformer radicalement en cas de besoin
  - e. Faire preuve de leadership en tant qu'organisation inclusive grâce à la diversité de notre personnel, du conseil et des programmes offerts

#### Priorités 2014-2015

- 1. Alignement des ressources financières et humaines à travers la mise en œuvre de la prochaine phase de l'analyse du processus d'affaires
- 2. Continuer à favoriser un environnement axé sur le rendement où les employés sont motivés et œuvrent en faveur des objectifs organisationnels
  - i. Mise en œuvre continue en faveur de l'engagement des employés et des valeurs de l'organisation

### **4. Développement des affaires**

- i. Attirer des visiteurs et engendrer des revenus qui nous permettent de croître au sein de nouveaux marchés et de renforcer notre productivité sur les marchés déjà exploités.
  - a. Augmenter le nombre médian de visiteurs sur 5 ans à 1,2 million en 2016, tout en maintenant un engagement fort pour attirer un public culturellement diversifié
  - b. Augmenter les recettes totales provenant des recettes gagnées et des dons combinés à 50 M \$ (soit une augmentation moyenne de 2 M \$ par année) d'ici 2016
  - c. Maximiser l'efficacité en rationalisant et en réaffectant les dépenses de 800 000 \$ à 2 M \$ par année (2 % à 5 %) pour équilibrer les recettes et les dépenses

- d. Évaluer et développer systématiquement la propriété intellectuelle afin d'effectuer des ventes à travers multiples canaux
- e. Exiger que tous les nouveaux partenariats valorisent le profil et renforcent le financement et l'accès aux ressources
- f. Lancer une grande campagne de collecte de fonds au cours des 5 prochaines années pour appuyer la direction stratégique du Centre

#### Priorités 2014-2015

1. Attirer la présence sur place de 1,02 million de visiteurs ou plus
2. Générer un minimum de 16,8 millions de dollars de revenus et de dons combinés

## 4. MESURES DE PERFORMANCE DE 2014-2015

Stratégie	Objectif	Résultats espérés	Mesures de performance
<b>Expériences scientifiques</b>	Devenir une référence en termes d'apprentissage libre en sciences au niveau local, national et mondial	Les visiteurs sont inspirés par l'énergie, et l'innovation scientifique et technologique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indice de l'engagement des visiteurs<sup>1</sup> (Pourcentage de répondants qui ont jugé des attributs clés en termes d'engagement, et ont donné une note de 9 ou 10 sur une échelle de 10)</li> <li>• Indice de perception de la valeur<sup>2</sup> (Pourcentage de répondants qui ont jugé des attributs clés en termes d'engagement, et ont donné une note de 9 ou 10 sur 10)</li> <li>• Indice d'innovation<sup>3</sup> (Pourcentage de répondants qui ont jugé des attributs clés en termes d'engagement, et ont donné une note de 9 ou 10 sur une échelle de 10)</li> <li>• Ménages membres</li> </ul>
<b>Expériences scientifiques (Éducation)</b>	Devenir une ressource incontournable pour l'apprentissage en dehors de la classe	Les enseignants choisissent le Centre des sciences en tout premier pour les sorties scolaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parts des voyages scolaires du Centre des sciences par rapport aux 6 autres attractions clés du Grand Toronto</li> <li>• Nombre d'écoles qui réitère leur visite au Centre des sciences année après année</li> </ul>
<b>Engagement</b>	Créer une culture qui valorise l'interaction avec nos visiteurs	Relations plus ancrées et renforcées avec plusieurs parties prenantes	Nombre de partenariats actifs qui soutiennent la réalisation des objectifs de l'organisation
<b>Transformations organisationnelles</b>	Bâtir une culture tournée vers la valeur et la performance.	Nos employés sont motivés et enthousiastes	Roulement du personnel

Stratégie	Objectif	Résultats espérés	Mesures de performance
<b>Développement des affaires</b>	Attirer des visiteurs et engendrer des revenus qui permettent de croître sur de nouveaux marchés et de renforcer notre productivité sur les marchés acquis	Notre modèle d'engagement envers les parties prenantes dans les domaines scientifiques est à la fois efficace et viable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Total des visites</li> <li>• Total des recettes liées aux visites</li> <li>• % des groupes ciblés qui participent aux programmes d'accès au Centre des sciences</li> <li>• Parts de marché par rapport aux 6 autres attractions clés du Grand Toronto</li> <li>• Indice de productivité/efficacité<sup>4</sup> (Ratio de visiteurs par rapport au personnel (quantité) et notation du service à la clientèle (qualité))</li> </ul>

<sup>1</sup>Attributs de l'indice d'engagement - Un lieu où toute la famille peut se divertir; Des expériences enrichissantes; offre des choses qui m'intéressent; Un endroit agréable à visiter

<sup>2</sup>Attributs de l'indice de perception de la valeur – des expériences uniques qu'on ne trouve pas ailleurs (caractère unique); Un endroit que l'on souhaite visiter ou revisiter (plaisir); Un endroit qui offre des expériences ciblées (pertinence); Un endroit pour lequel il vaut la peine de dépenser un peu plus pour la visite (qualité)

<sup>3</sup> Attributs de l'indice de l'innovation– Un endroit pour apprendre ou découvrir de nouvelles choses; un endroit qui éveille la curiosité, l'imagination et la créativité; Un endroit innovant

## 5. ÉVALUATION ET GESTION DES RISQUES

Le Centre des sciences maintient une position de gestion des risques concernant ses risques d'affaires, ses risques financiers et juridiques. Voici un résumé :

### **Risque de flux de recettes**

Les baisses imprévues des prévisions de recettes – provenant soient des subventions provinciales, soient des recettes auto-générées - auront un impact négatif sur le budget de fonctionnement du Centre des sciences et sa capacité à mener ses plans opérationnels. Le nombre de visiteurs pourrait subir un impact négatif en raison des conditions de marché (hors de contrôle immédiat du Centre des sciences), y compris une hausse de la concurrence, une évolution des préférences des consommateurs, les urgences de santé publique (pandémie de grippe), les facteurs économiques et climatiques, les conflits de travail dans le secteur de l'éducation ou au sein de la FPO, et les questions de sécurité (terrorisme).

#### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Les hypothèses de planification du Centre des sciences concernant son plan d'affaires de 2014-2015 et le budget associé reflètent les tendances actuelles des visiteurs pour les autres attractions de ce type. Les hypothèses de planification pour 2014-2015 reflètent l'environnement actuel de même que les projections de revenus gagnés, lesquelles sont détaillées dans le budget. Le Centre des sciences a élaboré un budget qui reflète les réalités opérationnelles actuelles et comprend des prévisions de revenus prudentes et des dépenses contrôlées. Bien que le Centre des sciences projette des prévisions de revenus prudentes, il poursuivra activement ses efforts de croissance en termes de fréquentation et de recettes. De plus, le Centre des sciences continuera d'utiliser un certain nombre de tactiques pour atténuer ce risque, y compris : la conduite des examens trimestriels de la variance de budget; terminer chaque année avec des soldes de trésorerie positifs pour atténuer l'impact des fluctuations des recettes ou des dépenses imprévues; le maintien de réserves de trésorerie non allouées.

### **Risque de contrôles financiers inadéquats**

Le Centre des sciences est un organisme de la province de l'Ontario. Des contrôles inadéquats pourraient avoir une incidence sur la perception du public et l'image de marque du Centre des sciences, du Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et de la province. Des contrôles financiers inadéquats pourraient entraîner une instabilité financière.

### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Le Centre des sciences dispose d'un certain nombre de stratégies d'atténuation des risques, y compris :

- Vérification annuelle par la vérificatrice provinciale de l'Ontario.
- Surveillance par le Conseil d'administration du Centre des sciences et de ses sous-comités, qui se réunissent au moins quatre fois par an afin de veiller à ce qu'une gouvernance appropriée et des contrôles organisationnels soient en place.

De plus, le Centre des sciences a défini des processus, des procédures et une répartition des tâches ainsi qu'une surveillance adéquate pour veiller à la transparence et à la responsabilité de ses contrôles financiers.

### **Risque de perte de réputation**

Le Centre des sciences est une source d'informations, d'opinions et d'interprétation des questions scientifiques et technologiques. Des déclarations fausses, des erreurs ou des opinions non fondées pourraient avoir un impact sur la crédibilité du Centre.

### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Le Centre des sciences maintient une liste d'experts disciplinaires et multidisciplinaires en sciences et technologies autorisés à répondre aux questions des médias au nom du Centre des sciences. Les demandes sont coordonnées par le département des communications stratégiques. Selon la demande, des entrevues avec les médias peuvent être organisées avec la haute direction ou le chef de la direction.

### **Risque de perte d'informations confidentielles**

Le Centre des sciences traite des informations sensibles, confidentielles et privées, qui sont soumises à la Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée. En tant qu'organisme du gouvernement, le Centre des sciences est responsable de veiller à ce que les informations personnelles et confidentielles soient utilisées et protégées de façon appropriée.

### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Utilisation du processus électronique, physique, et d'autres contrôles internes pour gérer la protection, le stockage et l'élimination des renseignements obtenus de tierces parties. Le Centre des sciences a mis en place un cadre de classification des données ainsi que des contrôles internes concernant les renseignements des tiers. Le Centre des sciences poursuit le développement et la mise en œuvre d'une stratégie de gestion des renseignements qui garantit le respect des directives clés (par exemple la Loi sur

l'accès à l'information et la protection de la vie privée et le programme de gestion de l'information à l'échelle de son organisme) et englobe l'ensemble des meilleures pratiques de l'industrie.

## **Risque lié aux conditions inattendues de l'infrastructure**

Le bâtiment du Centre des sciences fête ses 45 ans et nécessite donc des travaux pour ses infrastructures obsolètes ou qui nécessitent une remise en état. Les améliorations sont essentielles pour assurer la conformité aux codes du bâtiment et aux codes de prévention des incendies au niveau local. Il existe par ailleurs un risque de fermetures temporaires en raison de problèmes liés à l'état de l'infrastructure qui pourraient avoir une incidence la fréquentation du Centre.

### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Le Centre des sciences a élaboré un plan de dix ans, intitulé *Public Spaces Master Plan*, et un plan d'immobilisations quinquennal qui définit par ordre de priorité les améliorations des immobilisations et les réparations prévisibles et probables de l'infrastructure. Le Centre des sciences travaille en étroite collaboration avec le propriétaire (Infrastructure Ontario-IO) et le directeur de l'infrastructure pour assurer la maintenance de l'édifice à un niveau acceptable. IO a inclus de nouveaux systèmes de construction dans son plan d'immobilisations à long terme pour améliorer les systèmes de chauffage/refroidissement et leur réglage, les systèmes de détection d'incendie/d'alarme, les toits et d'autres systèmes. La mise en œuvre du système d'information de gestion des actifs permettra de soutenir l'amélioration de la planification des immobilisations.

## **Risque lié aux travaux majeurs**

Les grands projets de construction pourraient entraîner la fermeture à court terme de certaines parties du bâtiment, pouvant entraîner des perturbations concernant l'exploitation et les affaires du Centre des sciences en temps normaux.

### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Communiquer bien à l'avance les délais des travaux pour permettre une planification plus précise des objectifs de revenus et un minimum de perturbations pour les visiteurs et le personnel du Centre des sciences. Élaborer des stratégies pour continuer à fournir un service à la clientèle efficace grâce à l'élaboration de stratégies et des messages de communication. Effectuer les travaux et les entretiens majeurs pendant les heures d'ouverture sans visiteurs et utiliser des techniques et des procédures qui minimisent les perturbations. Travailler en étroite collaboration avec le propriétaire et le directeur de l'infrastructure pour veiller à ce que tous les plans d'immobilisations, de maintenance et les projets de construction soient coordonnés efficacement afin de minimiser l'impact sur les activités du Centre des sciences.

## **Risque d'atteinte à la sécurité physique**

En tant qu'organisme public, le Centre des sciences est en situation de vulnérabilité concernant les actes de nuisance publique, y compris les activités criminelles et/ou le terroriste. Ceci pourrait potentiellement perturber les opérations normales, ternir l'image publique du Centre des sciences et entraîner des pertes de revenus à court et à long terme concernant diverses activités, y compris les admissions générales, la location des installations et les programmes scolaires.

### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Consulter les agences municipales et fédérales d'application de la loi afin de veiller à ce que les procédures et les plans actuels adressent correctement les risques et/ou les menaces identifiées. Ces plans et procédures sont révisés chaque année. Le personnel de sécurité présent sur place est correctement formé. Il est capable de répondre à toute situation d'urgence. Les plans d'urgence sont mis à jour, répétés et révisés annuellement. Une évaluation des risques et des menaces a été effectuée à la fin de 2013. Ce document identifie l'exposition au risque du Centre des sciences, qui englobe la sécurité physique du site, la violence au travail et la responsabilité civile. L'évaluation sera mise en œuvre à la fin de 2013 et 2014.

Des mises à jour importantes de sécurité ont été menées en 2013 et comprennent l'amélioration des caméras de vidéosurveillance et du contrôle d'accès par carte.

## **Risque de violation des technologies de l'information**

En tant qu'organisme public, le Centre des sciences est en situation de vulnérabilité concernant les actes de nuisance publique, y compris les activités criminelles et/ou le terroriste. Ceci pourrait potentiellement perturber les opérations normales, ternir l'image publique du Centre des sciences et entraîner des pertes de revenus à court et à long terme concernant diverses activités, y compris les admissions générales, la location des installations et les programmes scolaires.

### *Stratégies d'atténuation des risques :*

Suivre les meilleures pratiques en maintenant des systèmes de prévention d'intrusion, des pare-feu redondants, des réseaux locaux virtuels segmentés, et les mises à jour des produits anti-programmes malveillants. Le traitement des cartes de crédit est effectué sur une partie segmentée du réseau dont l'accès est limité. La gestion des événements et des informations de sécurité est effectué par un tiers qui surveille le système de prévention d'intrusion et les pare-feu 24 heures sur 24, sept jours sur sept.



## Risque de défaillances du matériel informatique

Notre dépendance envers les technologies de l'information qui nous permettent de travailler efficacement nous expose au risque de pannes d'équipement. Un tel évènement pourrait entraîner des perturbations d'affaires inattendues.

*Stratégies d'atténuation des risques :*

Utiliser des systèmes de virtualisation afin que tout un serveur de fichiers soit automatiquement transféré à un autre serveur en cas de défaillance. Maintenir un cycle de remplacement de l'équipement afin de réduire le risque de défaillance. Utiliser tout excédent pour les systèmes clés afin d'assurer un basculement immédiat en cas de défaillance du système. Utiliser un système d'alimentation sans interruption pour maintenir une alimentation de secours en cas de besoin, et faire en sorte que les générateurs de diesel soient utilisés pour alimenter les systèmes dits critiques lorsque des sources d'électricité de remplacement à long terme sont requises.

## Plans des opérations en cas d'urgence

Le Centre des sciences maintient un *Plan de continuité des affaires*, qui fournit une stratégie d'intervention élargie pour les urgences et les incidents opérationnels ainsi que les perturbations de portée et de durée variable. Il existe également des procédures et des protocoles spécifiques pour une variété de scénarios; y compris l'évacuation des risques d'incendie, les arrêts des systèmes, les colis suspects, les questions de santé publique (ex : en cas de pandémie), et les réponses d'urgence. L'évaluation des risques et des menaces a identifié un besoin d'expansion du Plan de continuité des affaires. Cette évaluation sera effectuée par un consultant externe.

- **Sécurité en cas d'incendie** – Le Centre des sciences dispose d'un *plan en cas d'incendie* approuvé (2011), coordonné avec l'aide du propriétaire (IO) et les pompiers de Toronto. Le plan fournit des conseils pour tous les programmes d'activités du Centre des sciences. Ce plan a été modifié en 2013 et un nouveau cours en ligne à l'intention des employés a été développé et mis en œuvre au sein du Centre des sciences. Ce cours souligne les bonnes pratiques en cas d'incendie. Deux exercices-incendie annuels ont été effectués en 2013 et une maintenance préventive annuelle est assurée par une entreprise externe. Selon les recommandations d'évacuation de la FPO, le Centre des sciences doit renforcer son plan d'évacuation. Le gestionnaire de sécurité doit procéder à un examen des réactions mises en place par l'organisation lors d'une évacuation et fournir une assistance aux gestionnaires afin d'élaborer et de mettre en œuvre un protocole d'évacuation pour chaque département.
- **Santé et sécurité** – Le Centre des sciences participe à un Comité mixte sur la santé et la sécurité au travail qui veille à ce que tous les aspects des activités du Centre des sciences soient examinés et les activités mises en œuvre conformément à la législation en cours. Des inspections régulières sont

effectuées sur le site. Les dangers potentiels sont identifiés par le personnel et l'administration. Des contrôles techniques et administratifs sont développés et mis en œuvre conformément aux lignes directrices de la FPO, de la *Loi sur la santé et la sécurité au travail* et des besoins spécifiques au site. Les procédures récentes du Centre des sciences comprennent : consignes de sécurité à l'intention du personnel, dispositifs antichute, espace clos, panne de courant et modifications à la politique sur les produits chimiques du Centre des sciences. Le comité mixte se concentrera sur le développement et la mise en œuvre des recommandations en termes de santé respiratoire en 2014. Le Centre des sciences offre des formations en santé et sécurité pour les gestionnaires, les chefs d'équipe et les superviseurs; y compris des cours pour devenir agréé par le CSPAAT, des formations ciblées en lien avec la *Loi sur la santé et la sécurité au travail*, l'identification des dangers et la diligence raisonnable.

- **Sécurité et santé des visiteurs** – Le Centre des sciences veille à ce que ses activités opérationnelles répondent aux normes provinciales et fédérales ainsi qu'à fournir un environnement sûr et sécurisé grâce à une surveillance et des inspections. Toutes les nouvelles expositions et programmes sont analysés par la direction qui veille au respect des règlements et des politiques du Centre des sciences. Toutes les blessures des visiteurs sont enregistrées par le service de sécurité et donnent lieu à une enquête pour déterminer la cause et les mesures correctives à prendre pour éviter un nouvel incident.
- **Plans spécifiques à chaque département** – De nombreux ministères servant directement ou indirectement le public ont élaboré des procédures pour limiter les risques.

## Relations avec les tiers

Voici les tiers (groupes ou entreprises désignées) au cours de 2014-2015 :

Nom/Type	Nature de la relation	Administré par
Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport	Administrateur, principal bailleur de fonds	Protocoles d'entente
Infrastructure Ontario (IO)	Opération des bâtiments et renouvellement	Contrat d'hébergement
Compass Group Canada Ltd.	Services alimentaires	Contrat; expire en 2016
Mastermind Educational Tech	Service de détail	Contrat; expire en 2015
Eurest Services	Service de nettoyage	Contrat; expire en 2016
Cleansheet	Agence de publicité	Contrat; expire en 2014
Fournisseurs divers	Services sur place	RFP/Appels d'offres et contrat
Clients du département des ventes internationales	Acheteurs d'expositions	Contrat
Commanditaires	Financement des prestations de commandite	Contrat

## 6. PLAN FINANCIER - Exercice 2014-2015; Prévisions pour l'exercice 2015-2016 et 2016-2017

En 2014-2015, la fréquentation des visiteurs et les revenus liés ont été maintenus au niveau du plan d'affaires de l'exercice 2013-2014. Les autres revenus se situent au niveau du budget précédent, le cas échéant, ou sont ajustés aux données réelles.

Le plan financier est basé sur 266 équivalents à temps plein. Aucune hausse inflationniste n'est prévue pour les salaires et les avantages compatibles avec les lignes directrices du Ministère. Les charges estimées d'hébergement comprennent les frais énergétiques. L'entretien des édifices et des installations est assuré par IO, à un montant inférieur à l'année précédente. Toutes les autres charges d'exploitation directes ont été stabilisées au niveau de 2013-2014, et ajustées aux dépenses connues, reportées ou réduites pour atteindre les objectifs budgétaires.

État des opérations pour l'exercice clos le 31 mars	Vérifié 2012-2013	Réalisations attendues 2013-2014	Plan 2014-2015	Prévision 2015-2016	Prévision 2016-2017
<b>Revenus</b>					
<i>Subventions de la Province de l'Ontario</i>					
Subvention de fonctionnement	15 630	15 476	15 476	15 476	15 476
Subvention d'occupation	3 928	3 888	3 888	3 888	3 888
Autres subventions	313	406			
	19 871	19 770	19 364	19 364	19 364
<i>Revenu : Opération d'innovation</i>	181	183	183	183	183
<i>Revenus d'exploitation</i>	15 791	16 340	16 764	16 554	16 404
<b>Revenu total</b>	<b>35 843</b>	<b>36 293</b>	<b>36 311</b>	<b>36 101</b>	<b>35 951</b>
<b>Charges de fonctionnement directes</b>					
Salaires, rémunérations et avantages sociaux	20 975	20 109	21 435	21 435	21 435
<b>Autres charges de fonctionnement directes</b>					
Charges d'occupation	4 484	4 560	4 465	4 465	4 465
Charges de fonctionnement des activités et de fonctionnement général	9 355	9 871	9 873	9 240	9 240
<i>Charges liées à l'Opération d'innovation</i>	181	183	183	183	183
<b>Charges totales</b>	<b>34 995</b>	<b>34 723</b>	<b>35 956</b>	<b>35 323</b>	<b>35 323</b>

État des opérations pour l'exercice clos le 31 mars	Vérfié 2012-2013	Réalisations attendues 2013-2014	Plan 2014- 2015	Prévision 2015-2016	Prévision 2016-2017
<b>Bénéfice avant amortissement</b>	<b>848</b>	<b>1 570</b>	<b>355</b>	<b>778</b>	<b>628</b>
Amortissement des apports de capital reportés	5 712	5 965	5,240	5,170	1 025
Amortissement des immobilisations	(7 024)	(7 330)	(6,700)	(6 550)	(2 040)
	<u>(1 312)</u>	<u>(1 365)</u>	<u>(1 460)</u>	<u>(1 380)</u>	<u>(1 015)</u>
<b>Bénéfice net (perte nette) de l'exercice</b>					
<b>Bénéfice avant éléments exceptionnels</b>	<b>(464)</b>	<b>205</b>	<b>(1 105)</b>	<b>(602)</b>	<b>(387)</b>
Dispense du remboursement de prêts à la province de l'Ontario		5 300			
<b>Bénéfice net (perte nette) de l'exercice</b>	<b>(464)</b>	<b>5 505</b>	<b>(1 105)</b>	<b>(602)</b>	<b>(387)</b>

## APPENDIX A – RÉSULTATS PROVISOIRES de 2013-2014

Le plan d'affaires annuel expose la manière dont les stratégies à plus long terme seront atteintes grâce à une série de priorités et d'activités annuelles. Le plan d'affaires 2013-2014 représentait la première année complète de l'alignement des priorités et des activités annuelles avec le plan stratégique afin que les plans futurs soient alignés avec la stratégie de mise en œuvre.

Le plan d'affaires 2013-2014 s'engageait à maintenir un nombre élevé de visiteurs, surtout ceux issus des publics prioritaires (les familles, les écoles et les adultes) pendant une période économique difficile tout en soutenant les objectifs du Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport et du gouvernement.

### Engagements clés de 2013-2014

#### 1. Expériences scientifiques

Priorité d'affaires	Statut
Ouverture de l'exposition permanente : L'Extrême humain	Ouverture en déc. 2014
Expositions temporaires : <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Game On 2.0</b> (De mars à la fête du travail de 2013)</li> <li>• <b>Sesame Street Presents the Body</b> (février à avril 2014)</li> <li>• <b>Sultans of Science</b> (mars à juin 2014)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Achevé</li> <li>• Ouverture le 28 janvier 2014</li> <li>• Ouverture en mars 2014 En bonne voie</li> </ul>
Lancement de <i>Flight of the Butterflies</i> en avril	Achevé
Faire le suivi, mettre en œuvre et évaluer continuellement les possibilités de servir les visiteurs à travers l'utilisation de la technologie pour améliorer leurs expériences.	Phase pilote terminée et soutien continu pour l'utilisation de tablettes. Superposition des initiatives et déploiement de téléphones intelligents pour <b>ActivIdée</b> .

## 2. Servir et engager les parties prenantes

Résultats attendus	Statut
Continuer à améliorer les communications et les relations avec les parties prenantes et les clients existants et potentiels pour définir le profil du Centre des sciences et encourager le nombre de visiteurs et les soutiens	En cours
Collaborer pour attirer de nouveaux publics et bâtir la marque en misant sur la participation à des initiatives culturelles et communautaires prioritaires organisées par des tiers dans le Grand Toronto, sur site ou hors site, afin de bâtir le profil du Centre des sciences et réaliser un rendement mesurable.	En cours (Festival antillais, PRIDE, Word on the Street, etc.)
Soutenir les engagements et les priorités du gouvernement provincial à travers diverses initiatives, y compris le soutien des initiatives de développement et de bénévolat pour les jeunes en attirant les élèves co-op du secondaire et en participant à des programmes spéciaux s'adressant aux jeunes à risque.	En cours

## 3. Transformations organisationnelles

Résultats attendus	Statut
Améliorer l'informatique décisionnelle et les connaissances des visiteurs et des autres personnes afin d'améliorer les prestations, les services et les communications	Achevé
Examiner les processus d'affaires des programmes identifiés pour assurer la pérennité du Centre des sciences au long terme	En cours
Organiser une journée communautaire pour les résidents du Grand Toronto afin d'attirer de nouveaux publics	8 130 visiteurs ont participé à cette journée
Offrir des entrées subventionnées pour les groupes désignés grâce à plusieurs initiatives d'accès communautaire (y compris les bons d'accès communautaire, le programme Adoptez une classe, le Laissez-passer culturel et plus encore)	En cours

#### 4. Développement des affaires

<b>Résultats attendus</b>	<b>Statut</b>
Attirer 1,02 million de visiteurs ou plus sur place grâce à des offres intéressantes combinées à des programmes de marketing et de communication via plusieurs canaux qui renforcent la marque du Centre des sciences, font la promotion des offres clés et encouragent les publics prioritaires à venir au Centre des sciences	983 169 visiteurs
Générer un minimum de 17,0 millions de dollars de revenus gagnés et de dons par le biais des activités offertes sur place et hors site, et de la collecte de fonds pour soutenir les programmes, les offres et les services du Centre des sciences	16 071 000 \$

## APPENDIX B – PLAN DE MISE EN ŒUVRE

Le Centre des sciences se distingue de par ses expositions de renom, ses expériences en ligne et ses programmes. Le Centre des sciences a ouvert l'**Extrême humain d'AstraZeneca** lors de l'exercice 2013-2014. Ce nouvel espace propose des modules interactifs axés sur le **Sport** et présente des éléments uniques du **Corps humain**. De nouveaux éléments passionnants explorent les limites des capacités humaines. Notre public peut participer à des expériences corporelles. Cette salle d'exposition représente le plus important projet depuis l'*Opération d'innovation* entreprise en 2005.

Cette exposition fait suite à un effort de conception, de développement et de fabrication, mis en œuvre en 2012-2013 pour revitaliser les espaces existants, tels que le **Centre d'Innovation de la famille Weston**; et créer de nouveaux espaces tels qu'une zone de démonstrations et le Chemin de la forêt; et repositionner **La vérité en question**.

En 2014-2015, les objectifs et les stratégies du plan stratégique du Centre des sciences influenceront les expériences de diverses façons. L'usage des nouvelles technologies comprennent le développement et la mise en œuvre de programmes pour tablettes à l'intention des adultes, et des expériences à l'aide d'applications pour téléphones intelligents. Des tablettes sont mises à disposition et contrôlées par notre personnel. Les connexions avec notre site Web (à l'intention des parents et ses éducateurs) seront développées et mises en œuvre au sein d'**Activldée** et également lancées pour l'exposition l'**Extrême humain d'AstraZeneca**. Afin de soutenir l'objectif de « la science dans des endroits inattendus », le financement des immobilisations utilisé pour les modifications de l'infrastructure dans les zones d'escalier au cours des années précédentes permettra l'installation de nouveaux modules d'exposition en 2014-2015. L'effort pour effectuer des liens au-delà du curriculum en science et technologie continue, avec des programmes en mathématiques proposés au niveau secondaire, et des programmes sur les carrières offerts aux élèves de l'école élémentaire. En plus de l'exécution du programme en cours dans le cadre de cet exercice, les travaux comprendront des recherches préalables et un développement du design en partenariat avec Materials Research Society pour favoriser le développement conceptuel du projet intitulé *The Environmental Initiative*. Cette initiative comprend aussi une expérience de la nature en milieu urbain, qui misera sur l'emplacement unique du Centre des sciences avec des programmes et des expériences pour tous nos publics prioritaires.

D'autres projets seront également mis en œuvre dans nos espaces d'expositions permanentes, y compris une évaluation de l'exposition vivante **La Terre vivante** et des mises à jour mineures; un examen de la recherche et de la conception entraîneront des changements possibles au sein d'**Activldée**; la recherche et la conception d'une nouvelle démonstration d'électricité; de nouvelles démonstrations sur scène; de nouveaux événements dans le Hall des expositions spéciales; et une mise à jour des origines de la science dans l'**Arcade des sciences**.



Le Centre des sciences planifie annuellement des offres temporaires, saisonnières et spéciales, y compris des expositions, des films et des programmes. Grâce à son Hall des expositions spéciales de 14 000 pieds carrés, le Centre des sciences accueillera quatre expositions temporaires au cours de cet exercice :

***Sesame Street Presents The Body*** ouvrira de février à mai 2014

- Public prioritaire visé : familles et groupes scolaires

***Sultans of Science*** ouvrira de mars à juin 2014

- Public prioritaire visé : familles, groupes scolaires, adultes sans enfant

***The Science of Rock 'N' Roll*** ouvrira de juin à octobre 2014

- Public prioritaire visé : familles et adultes sans enfant

***Brain: The Inside Story*** ouvrira de novembre 2014 à janvier 2015

- Public prioritaire visé : familles, groupes scolaires, adultes sans enfant

Voici les films IMAX qui seront présentés au Cinéma OMNIMAX à l'intention de tous nos publics prioritaires :

- *Jerusalem*
- *Great White Shark*

En complément de ces expériences, le Centre des sciences accueillera (en partenariat avec des étudiants, des enseignants et des artistes) des petites expositions temporaires dans la Galerie Idée. Dans la Zone chaude du ***Centre Innovation de la famille Weston***, le Centre des sciences continuera d'interpeller les visiteurs avec des sujets scientifiques d'actualité grâce à des présentations, des démonstrations, des événements spéciaux et multimédias, y compris des vidéos en ligne - tous liés à une plate-forme de contenu scientifique renouvelée sur le site [CentredesSciencesOntario.ca](http://CentredesSciencesOntario.ca).

Tout comme les expositions et les films spéciaux, la programmation offerte tout au long de l'année mettra l'accent sur : une expérience enrichie pour les visiteurs; le nombre de visiteurs issus de nos publics prioritaires (familles, groupes scolaires et adultes sans enfants); et les occasions de dialogue sur le rôle de la science dans notre société.

Les autres stratégies de mise en œuvre comprennent :

- Des démonstrations, des programmes scolaires, des fêtes d'anniversaire, des événements à l'intention des membres et divers programmes publics tels que *Star Parties* qui auront lieu tout au long de l'année au Centre des sciences ainsi

qu'à TELUSCAPE, un espace de jeu d'eau situé à l'extérieur du Centre des sciences.

- Les semaines nationales des sciences et de la technologie et du génie; le mois de l'environnement; et les périodes de vacances scolaires en février, mars et pendant l'été, seront appuyés par des programmes spéciaux
- La programmation pour compléter les expositions temporaires, y compris **Sesame Street Presents The Body** et **Science of Rock 'N' Roll**, qui débutera au T1 et se poursuivra tout au long de l'année.
- Des efforts pour interagir et éveiller la curiosité des visiteurs en sciences. Ces efforts seront déployés dès l'entrée et ce, tout au long de la visite, à travers des communications et des expériences à TELUSCAPE, dans le hall d'entrée et dans le Grand hall Procter & Gamble.
- Des événements comme *Café Scientifique* (hors site) et des programmes publics comme *Sci Fri* (pour les jeunes du secondaire) proposés tout au long de l'année.
- Des programmes pour les familles, qui comprennent des activités sans inscription disponibles au sein d'**ActivIdée**; des ateliers créatifs le dimanche; des journées pédagogiques et le congé de mars; ainsi qu'une variété de programmes offerts dans nos salles d'exposition.
- Des programmes à thème qui complètent nos offres, tels que la programmation en juillet et août d'expériences dans le Grand Hall Procter & Gamble, de camps de jour et d'activités de fin de semaine. Pour les fêtes de fin d'année, la collection Emetts du Centre des sciences sera exposée en décembre.
- Des efforts ciblés pour créer un lien avec les événements communautaires au sens large (disponibles dans le Grand Toronto et à plus grande échelle) : comme le festival antillais Caribana, la PRIDE (etc.) afin d'attirer de nouveaux publics au Centre des sciences.

## APPENDIX C – MARKETING ET PLAN DE COMMUNICATION

Les stratégies, les plans et les tactiques de Marketing et de Communications (ci-après MarCom) continueront à être définis en fonction du plan stratégique du Centre des sciences. Le Centre des sciences basera toutes ses activités de MarCom sur les meilleures pratiques, et ce à travers tous ses canaux. De plus, les activités de MarCom répondront aux besoins et aux profils de ses publics prioritaires. Des initiatives s'appuieront sur les résultats de la recherche interne et externe ainsi que sur l'informatique décisionnelle. L'objectif principal du plan de marketing sera axé sur la stratégie de la marque, développée en 2013-2014, et ses liens avec les expositions temporaires proposées au public (***The Science of Rock 'N' Roll*** et ***Brain: The Inside Story***) ainsi que le soutien continu à l'exposition ***L'Extrême humain d'AstraZeneca*** et aux diverses expériences offertes par le Centre des sciences. Le Centre des sciences utilisera cette stratégie et ces tactiques pour renforcer son profil en tant qu'attraction enrichissante et dynamique. Cette stratégie sera également utilisée pour accroître la sensibilisation et la fréquentation des visiteurs de toutes les catégories (grand public, membres, groupes scolaires/enseignants). Un ensemble complet de canaux sera employé, y compris les relations avec les médias, les médias sociaux, les médias numériques, les médias payants, les tactiques de commercialisation et sur place. En tant que point de contact clé, la communication et le contenu du site web suivront les recommandations de la Stratégie de la marque afin de livrer des messages cohérents aux publics prioritaires, tels que définis dans le plan stratégique.

Résultats clés attendus :

- Continuer à déployer la campagne de marketing axée sur la marque
- Continuer à soutenir ***L'Extrême humain d'AstraZeneca*** au sein de la campagne de marketing axée sur la marque ainsi que d'autres expériences offertes par le Centre des sciences (***ActivIdée, Centre d'Innovation de la famille Weston, Forêt tropicale TELUS, L'Espace, etc.***)
- Tirer parti de la diversité et de l'ampleur des expositions temporaires de 2014-2015 (***The Science of Rock 'N' Roll*** et ***Brain: The Inside Story***) afin d'augmenter la fréquentation des anciens, des nouveaux visiteurs et de nouveaux publics, et accroître la promesse de la marque du Centre des sciences
- Objectif de 30 pour cent du public ayant connaissance de l'exposition ***The Science of Rock 'N' Roll*** basé sur les apprentissages établies et les sondages récents ainsi qu'un retour sur investissement de 3:1 pour les médias payés
- Renforcer la perception du public selon laquelle le Centre des sciences offre des expériences pour tous les publics, y compris nos publics prioritaires : familles, groupes scolaires et adultes sans enfants
- Augmenter la capacité de développer et de maintenir de solides relations avec tous les segments clé de la clientèle et les parties prenantes

- Valoriser la participation des parties prenantes et entretenir des relations avec les médias
- Accroître la portée du Centre des sciences au sein des communautés de l'Ontario et au-delà de la province
- Continuer à présenter des études de marché et à utiliser l'informatique décisionnelle pour informer et diriger les stratégies et les tactiques de MarCom