

Plan pluriannuel

Exercices 2019-2020 à 2022-2023

tvo

Table des matières

Survol stratégique et financier	3
Contexte stratégique	
Contexte financier	
Objectifs et projets stratégiques	3
Pilier 1 : Apprentissage numérique efficace.....	4
TVO Mathify	
TVO mPower	
TVO ILC	
TVO TeachOntario	
TVOkids	
Développement de nouveaux produits TVO	
Pilier 2 : Actualités équilibrées et approfondies d'un point de vue ontarien.....	6
<i>The Agenda with Steve Paikin</i>	
TVO.org	
Ontario Hubs	
TVO Original	
TVO in the Classroom	
Pilier 3 : Constitution d'un organisme numérique.....	7
Créer une culture de haut niveau	
Redéfinir notre portefeuille de produits	
Devenir une organisation informée par les données	
Exploiter les outils de développement de l'audience	
Pilier 4 : Saine gestion financière.....	8
Augmenter les revenus de TVO ILC en Ontario et à l'échelle internationale	
Augmenter les revenus tirés de la philanthropie et des commandites	
Augmenter les revenus des autres produits de TVO	
Réaliser des économies grâce à des gains d'efficacité et à la réduction des dépenses	
Adopter le premier ou le deuxième scénario de diffusion	
Projets clés à l'appui de nos objectifs stratégiques	8
TVO ILC	
FlexSpace	
TVO50	
GRC	
Développement de l'audience et données	
Objectifs et projets financiers	9
Priorités stratégiques pour l'investissement	
Développement de l'audience et données	
Collecte de fonds numérique	
Système d'information sur les ressources humaines (SIRH)	
Refonte du site ILC.org	
FlexSpace	
Plan financier.....	10
Identification des risques	10

Survol stratégique et financier

Contexte stratégique

TVO a été créé pour que tous les Ontariens et Ontariennes puissent réaliser leur potentiel par le pouvoir transformateur de l'apprentissage. Pour atteindre cet objectif, TVO s'est transformé au fil des années, passant d'une petite chaîne de télévision publique analogique à un éditeur d'apprentissage numérique multi-plateforme proposant :

- Des produits d'apprentissage numérique primés qui soutiennent le programme scolaire de l'Ontario
- Des programmes éducatifs télévisés et en ligne pour les enfants
- La plus grande école secondaire en ligne de l'Ontario
- Des documentaires originaux et novateurs
- Des programmes et balados d'actualité équilibrés et pointus

La stratégie de transformation de TVO s'inspire d'un certain nombre de puissantes tendances qui émergent à l'échelle mondiale. Dans le paysage technologique actuel qui évolue à un rythme effréné, les médias numériques sur demande dominent la diffusion de contenu comme jamais auparavant. Les élèves technophiles demandent à s'impliquer dans les plateformes médiatiques où ils vivent. Les responsables en éducation et en politiques se concentrent sur les programmes de sciences, de technologie, d'ingénierie et de mathématiques (STIM) pour que leurs régions restent compétitives. Et le contenu d'actualité que nous consommons est de plus en plus généré par des entreprises technologiques américaines monolithiques, ce qui oblige TVO plus que jamais à proposer une perspective locale sur l'actualité.

Contexte financier

Les citoyens et citoyennes exigent aujourd'hui que les organismes de service public privilégient l'efficacité et la saine gestion financière compte tenu des niveaux d'endettement élevés des gouvernements. TVO reconnaît cette réalité importante et s'est forgé une solide réputation en matière de responsabilité financière. En effet, depuis 2011, le financement public de base de TVO est resté à un niveau égal ou inférieur à celui de l'année précédente, ce qui réduit effectivement la charge des contribuables.

En même temps, TVO a élargi sa gamme de produits, augmenté son audience en ligne et modernisé ses opérations. La viabilité financière de TVO lui a donné les moyens d'investir dans des priorités stratégiques qui lui permettront de rester un chef de file dans l'apprentissage numérique et le journalisme d'actualité. Cette saine gestion financière est le fruit d'économies dégagées, de gains d'efficacité et d'un accent mis sur les revenus autogénérés.

Objectifs et projets stratégiques

En réponse au contexte stratégique et financier décrit ci-dessus, TVO a élaboré quatre piliers stratégiques qui guident l'ensemble de ses activités.

- 1) Apprentissage numérique qui produit des résultats
- 2) Actualités équilibrées et approfondies d'un point de vue ontarien
- 3) Constitution d'un organisme numérique
- 4) Saine gestion financière

Pilier 1 : Apprentissage numérique qui produit des résultats

Nous soutiendrons la transformation de l'apprentissage à l'intérieur et à l'extérieur de la salle de classe grâce à la technologie numérique.

Les élèves de l'Ontario savent ce qui est possible avec la technologie d'aujourd'hui. Les élèves l'utilisent tout le temps et s'en inspirent, et notre système éducatif doit adopter cette technologie si nous voulons demeurer à l'avant-plan. Les produits d'apprentissage numérique de TVO suivants ont été conçus conformément à la pédagogie fondée sur des données probantes et au programme scolaire de l'Ontario. Ils donnent aux élèves les moyens d'acquérir les connaissances fondamentales dont les élèves auront besoin pour s'épanouir dans une économie numérique mondiale.



Lancé en 2018, TVO Mathify est un outil d'apprentissage numérique interactif gratuit qui offre aux élèves de la 7^e à la 10^e année un tutorat individuel direct en mathématique en ligne avec un enseignant agréé ou une enseignante agréée de l'Ontario. Il comporte un tableau blanc interactif en ligne où l'élève et son tuteur peuvent travailler ensemble pour résoudre les problèmes.

Réalizations à mettre à profit

Au cours de la première année, plus de 40 000 élèves de la 7^e à la 10^e année de l'Ontario se sont inscrits pour utiliser Mathify.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous prévoyons d'accroître l'utilisation (séances de tutorat totales) en renforçant la sensibilisation au sein et en dehors du milieu de l'éducation (en particulier auprès des parents) pour promouvoir l'adoption du produit.



TVO mPower propose des jeux en ligne gratuits et créatifs pour soutenir le perfectionnement des compétences de base en mathématiques de la maternelle à la sixième année et en STIM en classe et à la maison, tout en encourageant des attitudes positives envers les mathématiques.

Réalizations à mettre à profit

Au cours de l'exercice 2018-2019, les élèves de la maternelle à la sixième année ont joué plus de 1,6 million de fois aux jeux de mathématiques mPower.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous accroîtrons l'utilisation de mPower et l'intérêt dans cet outil à l'intérieur et à l'extérieur de la salle de classe (élèves, éducateurs et éducatrices, et parents) grâce à l'amélioration continue du produit en :

- Lançant de nouveaux jeux;
- Révisant le code pour faciliter la mise en œuvre des changements et s'adapter aux occasions qui se présentent, comme l'amélioration future des produits, l'extensibilité et la monétisation en dehors de l'Ontario.



Depuis plus de 90 ans, TVO ILC permet aux élèves de tous horizons d'acquérir des crédits pour leur diplôme d'études secondaires de l'Ontario (DESO), leur donnant ainsi les moyens de réaliser leurs objectifs de carrière et de vie.

Réalisations à mettre à profit

TVO ILC est la plus grande école secondaire en ligne de l'Ontario. Au cours de l'exercice 2018-2019, près de 19 000 élèves de l'Ontario se sont inscrits aux cours en ligne de TVO ILC de TVO.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous sommes déterminés à améliorer l'expérience du client pour que les marchés ontariens et internationaux pour que nous devenions les meilleurs dans notre catégorie :

- Réaliser au moins 141 conversions et améliorations des itinéraires d'études d'ici la fin de l'exercice 2019-2020, qui seront toutes conformes au modèle SCORM (*Shareable Content Object Reference Model*).
- Exploiter de nouvelles connaissances fondées sur des données pour améliorer l'expérience d'apprentissage, la satisfaction des clients et le rendement des capitaux investis.
- Lancer un nouveau site ILC.org.



TVO TeachOntario est une communauté en ligne innovante où les éducateurs et éducatrices communiquent, collaborent sur de nouvelles idées et échangent les meilleures pratiques.

Réalisations à mettre à profit

TeachOntario est au service d'une communauté de l'enseignement qui se consacre à l'amélioration des résultats en matière de mobilisation et de réussite des élèves.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous formulerons une nouvelle stratégie fondée sur l'évolution de nos relations avec les éducateurs et éducatrices de l'Ontario en :

- Nous préparant à l'expiration de la plateforme Jive
- Trouvant une nouvelle plateforme et assurant la migration du contenu (à confirmer)



TVOkids propose des émissions pour enfants, des jeux et des contenus interactifs primés qui soutiennent le programme scolaire de l'Ontario.

Réalisations à mettre à profit

Au cours de l'exercice 2018-2019, 1,2 million d'enfants ontariens ont regardé les émissions de TVOkids.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous allons créer un public en ligne pour TVOkids en :

- Adoptant la distribution de contenu à la demande sur YouTube, TVOkids.com et d'autres plateformes.
- Créant une nouvelle production interne de TVOkids qui fonctionne au-delà de la télévision, notamment sur les plateformes à la demande.



À TVO, nous sommes fiers de notre bilan en matière de développement de nouveaux produits qui sont rentables, reflètent le programme scolaire de l'Ontario et suscitent chez notre public une passion pour l'apprentissage permanent.

Réalisations à mettre à profit

En 2018-2019, l'équipe mPower a introduit de tout nouveaux jeux axés sur les matières STIM, Mathify a lancé un tableau blanc numérique avec une communication audio complète, et TVO in the Classroom a

été déployé, donnant aux éducateurs et éducatrices la possibilité d'améliorer l'apprentissage en classe avec le contenu d'actualité de TVO, les documentaires et la programmation primée de TVOkids.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous utiliserons les données pour guider les décisions et les actions des entreprises grâce à notre personnel, nos processus et nos technologies. Nous prévoyons d'atteindre ces objectifs en :

- Recensant les possibilités d'investissements futurs visant à compenser le déclin de TVOkids et/ou à développer un public de jeunes adultes.
- Axant le développement de produits sur des produits qui permettent aux clients de faire un voyage qui durera toute une vie.

Pilier 2 : Actualités équilibrées et approfondies d'un point de vue ontarien

Nous soutiendrons la mobilisation citoyenne par un journalisme d'actualité approfondi d'un point de vue ontarien.

La marque de TVO, qui propose des émissions d'actualité engageant les citoyens et citoyennes, est aujourd'hui plus nécessaire que jamais. Les bouleversements spectaculaires en cours dans l'industrie des médias se sont traduits par une perte de circulation, la disparition d'organes de presse et un accès réduit pour les Ontariens et Ontariennes à un contexte régional approfondi et à une analyse éclairée des questions d'actualité. Avec *The Agenda with Steve Paikin*, TVO.org, Ontario Hubs et TVO Original Documentaries, TVO est dans une position unique de s'assurer que les Ontariens et Ontariennes ont accès à la programmation d'actualité équilibrée et approfondie qu'ils méritent – d'un point de vue purement ontarien.



The Agenda with Steve Paikin est la principale émission quotidienne d'actualité aux heures de grande écoute en Ontario. Dans sa douzième année, l'émission offre à son public des perspectives approfondies sur des questions complexes.



TVO.org propose une actualité équilibrée et de haute qualité au moyen d'articles, de vidéos et de programmes d'un point de vue ontarien.



Soutenu par des donateurs et donatrices, Ontario Hubs est un réseau de journalistes sur le terrain qui explorent les questions locales importantes et mettent en avant des voix sous-représentées.

Réalizations à mettre à profit

Au cours de l'exercice 2018-2019, plus de 9,4 millions d'Ontariens et Ontariennes ont regardé TVO, ceux-ci ayant lu aussi 1,7 million d'articles sur TVO.org.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous visons à accroître notre public en optimisant continuellement le contenu, la diffusion sur les plateformes et les partenariats. La recherche de dons importants pour continuer à développer le contenu restera une priorité, tout comme la prise en charge des droits de propriété intellectuelle chaque fois que ce sera possible. Nous atteindrons ces objectifs en :

- Offrant plus de contenu régional et indigène par l'intermédiaire d'Ontario Hubs; produire de nouveaux épisodes de *The Agenda in the Summer* et des tables rondes à l'antenne; et adoptant une série d'approches rédactionnelles, comme la production de pièces contextuelles plus longues et le journalisme « explicatif ».

- Optimisant la diffusion de la plateforme (exploiter les nouvelles capacités du site Web, les courtes séries vidéo, les balados, les bulletins d'information, les services à la demande, les médias sociaux).
- Créant une nouvelle plateforme de syndication de contenu (PSC) afin que notre contenu d'actualité puisse être distribué à d'autres éditeurs de médias et étendant la sensibilisation et la perception de TVO (c.-à-d., articles instantanés sur Facebook, Google AMP et agrégateurs comme Google News/Flipboard).



TVO Originals sont des documentaires, des séries et des balados qui explorent des questions et des histoires d'actualité, suscitant la réflexion.

Réalisations à mettre à profit

TVO est la chaîne de télévision la plus visionnée aux heures de grande écoute pour les documentaires en Ontario, ce qui signifie que les Ontariens et Ontariennes regardent plus d'heures de documentaires aux heures de grande écoute sur TVO que sur Discovery, National Geographic, History, CNN, CBC ou CBC News Network.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous prévoyons de conserver notre audience en optimisant notre contenu et notre plateforme de diffusion. Pour y parvenir, nous devons :

- Continuer à diffuser des séries à fort impact, comme *Political Blind Date* et *Life-Sized Cities*.
- Optimiser les courts métrages numériques, comme *Name That Town*, *Eco-Knowledge*, *First Things First*, *Main Street*.
- Adopter la distribution de contenu à la demande sur YouTube et TVO.org.
- Élargir les balados.



Accessible dans l'environnement virtuel d'apprentissage (EVA) du ministère de l'Éducation de l'Ontario, TVO in the Classroom permet aux éducateurs et éducatrices d'accéder aux vidéos, aux articles, aux documentaires, aux jeux et au contenu primé de TVOkids pour améliorer l'apprentissage en classe des élèves de la maternelle à la 12^e année.

Réalisations à mettre à profit

Plus de 10 000 vidéos, articles et jeux de TVO sont désormais accessibles et peuvent être recherchés par niveau, sujet et mot-clé dans l'EVA.

Objectifs et tactiques pour réussir

Nous approfondirons notre compréhension du comportement des utilisateurs et utilisatrices afin d'offrir une expérience plus homogène du contenu de TVO en classe en :

- Ajoutant de nouveaux contenus TVOkids, documentaires et actualités à notre offre.
- Évaluant d'autres plateformes à authentification unique et explorant les possibilités de partenariats à inclure dans le milieu de classe (p. ex., Google Classroom, Microsoft, D2L, CBC, etc.).
- Développant des fonctionnalités supplémentaires sur TVO.org/des produits éducatifs fondés sur les commentaires des utilisateurs et utilisatrices.

Pilier 3 : Constitution d'un organisme numérique

Nous allons édifier un organisme numérique où les gens s'épanouissent dans un monde en mutation.

TVO achève une restructuration qui nous permettra de mieux soutenir nos contenus d'actualité et nos produits d'apprentissage numériques, d'améliorer les canaux de distribution des contenus et d'encourager les meilleures pratiques en matière de création de contenus numériques – tout en réduisant les coûts d'exploitation. La réalisation d'une efficacité organisationnelle optimale est un élément clé de cette transformation, que nous nous efforcerons de faire progresser grâce au plan en quatre points suivant.

A) Créer une culture de haute performance en :

- Recrutant et en maintenant en poste les meilleures personnes qui reflètent vraiment tous les Ontariens et Ontariennes.
- Éliminant les pensées et les structures cloisonnées.
- Mettant en œuvre un nouveau plan d'espace de travail FlexSpace qui nous permettra de réaliser des économies grâce à une réduction significative de la superficie et à une augmentation de l'espace de travail collaboratif.
- Mettant en place un nouveau système d'information sur les ressources humaines (SIRH) en 2019-2020.
- Opérant une transition d'une application d'arrière-guichet à un logiciel-service (à la demande) pour toutes les applications commerciales.

B) Redéfinir notre portefeuille de produits afin de nous positionner pour la vitesse en :

- Adoptant un processus Agile complet pour toutes les équipes de développement de produits.
- Établissant une attente de premier ordre pour toutes les expériences client et produit.
- Donnant la priorité aux caractéristiques qui lient plus étroitement les produits à une gamme de produits.

C) Devenir un organisme numérique informée par les données en :

- Configurant et déployant des outils de développement d'audience fondés sur des données, comme l'analytique intégrée, la gestion de la relation client (GRC) et les technologies de marketing.
- Nous assurant que les données constituent un premier principe de la conception des produits et des contenus.
- Refondant ILC.org, y compris le commerce électronique, afin d'instaurer une meilleure confiance et une meilleure compréhension de nos cours à crédit de TVO ILC au niveau de l'école secondaire.

D) Exploiter les outils de développement de l'audience et améliorer la distribution des contenus en :

- Faisant évoluer l'approche du marketing des marques et des données pour maximiser l'efficacité.
- Adoptant un modèle de contenu distribué pour atteindre un plus grand public sur les plateformes qu'il utilise directement, tout en augmentant les possibilités de conversion sur ces plateformes.
- Passant en revue le système de gestion de contenus multimédias (GCM) de TVO pour soutenir des flux de travail simplifiés et rationalisés pour la gestion des contenus numériques.

Pilier 4 : Saine gestion financière

Nous serons financièrement viables grâce à une gestion judicieuse de nos finances et à l'accent mis sur l'augmentation des revenus autogénérés.

En tant qu'agence de service public, TVO est responsable de la manière dont nous gérons nos ressources. Pour continuer à offrir des produits d'apprentissage numérique et du journalisme d'actualité de manière financièrement viable, nous adhérerons aux objectifs et tactiques suivants.

A) Augmenter les revenus de TVO ILC en Ontario et à l'échelle internationale en :

- Attirant de nouveaux élèves en Ontario en tirant parti des nouveaux cours, du nouveau système de gestion de l'apprentissage (SGA) (VLE Brightspace) et du système de gestion de l'information sur les élèves (GIE).
- Tirant parti de nos partenariats internationaux et de nos modèles commerciaux perfectionnés afin d'élargir notre vivier d'élèves internationaux et de générer des revenus importants pour TVO.

B) Augmenter les revenus tirés de la philanthropie et des commandites en :

- Adoptant une stratégie numérique de collecte de fonds à la base pour compenser le déclin du marketing direct traditionnel et tirer profit des possibilités de croissance des revenus par l'acquisition de nouveaux donateurs, la mobilisation accrue des donateurs et une meilleure fidélisation.
- La collecte de fonds supplémentaires en faveur d'Ontario Hubs (pour renforcer l'engagement pris en 2018 par les donateurs Barry et Laurie Green et Goldie Feldman).
- Cernant, transférant et gérant les donateurs et donatrices dans nos programmes de dons majeurs et de niveau intermédiaire.
- Mettant l'accent sur les dons majeurs et les legs, qui financent l'innovation et contribuent à l'application du mandat principal de TVO.

C) Augmenter les revenus des autres produits de TVO en :

- Tenant un pilote de monétisation dans un nouveau marché, soit pour Mathify (modèle de service-logiciel), soit pour mPower (modèle de marque blanche).

D) Réaliser des économies grâce à des gains d'efficacité et à la réduction des dépenses en :

- Libérant au moins le sous-sol et le rez-de-chaussée du 2180, rue Yonge (environ 17 % de réduction, 16 000 pieds carrés), et l'entrepôt en 2021.
- Déplaçant tous les plateformes d'hébergement Web « sur les lieux » et en « nuage privé » vers AWS (Amazon Web Services) pour :
 - Réduire le temps d'indisponibilité et la dépendance à l'égard des services publics des bâtiments vieillissants (électricité et CVC)
 - Réaliser des coûts d'exploitation constants ou moindres/éliminer le coût des immobilisations
 - Assurer une plus grande disponibilité des produits Web de TVO (moins de temps d'indisponibilité)/fortes redondances
 - Tirer profit d'une plus grande évolutivité
- Déterminer les économies et les gains d'efficacité pour alléger la pression sur les coûts annuels.

Projets clés à l'appui de nos objectifs stratégiques

TVO ILC 2.0

Se concentrer sur l'amélioration continue de l'expérience utilisateur, tant au niveau national qu'international, ce qui nécessitera :

- L'achèvement de nouveaux cours supplémentaires pour augmenter le stock de cours des itinéraires d'études.
- La poursuite de la transformation des écoles de TVO ILC.
- La mise à profit des nouvelles infrastructures de données pour apporter des améliorations et réaliser un rendement sur les capitaux investis.

FlexSpace

Réduire l'empreinte des bureaux de TVO d'au moins 17 % en regroupant deux studios de diffusion, en déplaçant TVO ILC du rez-de-chaussée et en améliorant l'utilisation des bureaux restants. Pour ce faire, il faudra :

- Modifier l'espace de travail aux étages deux, quatre et cinq pour augmenter la densification.

- Augmenter l'espace de travail collaboratif (en harmonie avec notre passage à la gestion de produits agile).
- Modifier les installations du studio William G. Davis pour faciliter le partage entre toutes les productions internes (y compris le déménagement de TVOkids du studio du sous-sol au studio de WGD).

TVO50

Profitez de l'occasion du 50^e anniversaire de TVO pour :

- Continuer à développer et à élargir la perception de la marque TVO.
- Réaliser le mandat de TVO en faisant connaître ses produits et ses offres.
- Rendre la communauté TVO fière du travail qu'elle accomplit.

GRC

Déployer et intégrer Dynamics (logiciel de gestion de la relation client) avec nos technologies d'analyse et de marketing actuelles pour assurer une gérance tous azimuts et la mobilisation de nos publics, utilisateurs et donateurs tout au long de leur utilisation de nos produits et services.

Données

Devenir un organisme plus agile et mieux informé en matière de données en investissant dans des plateformes de développement de l'audience et de données (entrepôt de données d'entreprise et veille économique). Cet investissement nous permettra d'amplifier notre portée et de sensibiliser intelligemment plus d'Ontariens et Ontariennes aux médias de leur choix.

Objectifs et projets financiers

Priorités stratégiques pour l'investissement

Après avoir couvert les « coûts accrus de l'immobilisme », un autre million de dollars d'économies est pris en compte dans la première année du plan. Avec la croissance des revenus autogénérés (RAG), ces économies couvrent les priorités stratégiques d'investissement décrites ci-dessous pour la première année. Par la suite, la croissance des RAG couvrira les augmentations contractuelles annuelles perpétuelles.

1) Données – Comme indiqué dans les projets clés (ci-dessus), TVO investira dans le développement de l'audience et les plateformes de données. Cet investissement nous permettra d'amplifier notre portée et de sensibiliser plus d'Ontariens et Ontariennes.

2) Collecte de fonds numérique – Une nouvelle stratégie numérique de collecte de fonds sera mise en œuvre au cours de l'exercice 2009-2020 pour compenser le déclin du marketing direct traditionnel. La stratégie sera axée sur la croissance des revenus par l'acquisition de nouveaux donateurs et nouvelles donatrices, la mobilisation accrue des donateurs et donatrices et une meilleure fidélisation des donateurs et donatrices.

3) Système d'information sur les ressources humaines (SIRH) – Au cours de l'exercice 2019-2020, les services administratifs de TVO seront modernisés et équipés d'un nouveau SIRH pour la paie, la gestion des talents, la gestion du rendement, le perfectionnement professionnel et le recrutement.

4) Refonte du site ILC.org – Le site ILC.org sera transformé en une plateforme d'apprentissage en ligne de premier ordre. Les occasions d'amélioration comprennent la possibilité de prévisualiser les didacticiels, la localisation linguistique et l'adoption de méthodes de paiement privilégiées au niveau local. Cette refonte facilitera également les ventes internationales.

5) Projet « FlexSpace » – Au cours de l'exercice 2019-2020, TVO investira dans la consolidation de deux studios de diffusion, en absorbant TVO ILC dans les bureaux de TVO et en améliorant l'utilisation et l'efficacité de l'espace, ce qui permettra de réduire l'empreinte physique d'au moins 17 %.

Plan financier

TVO continue de mettre l'accent sur une gestion prudente des deniers publics et sur l'autofinancement. Chaque année, nous réalisons de nouvelles économies pour compenser les pressions inflationnistes, et notre bilan de viabilité financière a créé la capacité d'investissements ciblés qui ont permis à TVO de rester à la pointe de l'apprentissage numérique.

	Plan pluriannuel (en milliers de dollars)			
	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Revenus d'exploitation des fonds provinciaux				
Subventions de fonctionnement et d'investissement du ministère de l'Éducation	38 303	38 303	38 303	38 303
Financement de mise en conformité à la LAPHO du site Web	120	120	120	120
Financement OTA	1 000	1 000	1 000	1 000
Financement de projets spéciaux	2 450	929	585	215
Total du financement provincial de TVO	41 873	40 352	40 008	39 638
Revenus autogénérés de TVO				
TVO ILC et Mathify	10 140	10 140	10 140	10 140
Inscription des élèves de TVO ILC	3 565	4 850	6 748	8 671
Philanthropie et commandites	7 937	7 917	8 202	7 400
Autres revenus de TVO	1 714	1 424	1 440	1 456
Total des revenus autogénérés	23 356	24 331	26 530	27 667
Total des revenus d'exploitation de TVO	65 229	64 683	66 538	67 305
<i>Revenus autogénérés en % du total des revenus d'exploitation (à l'exclusion de l'utilisation des fonds spéciaux)</i>	<i>19,0 %</i>	<i>20,9 %</i>	<i>23,6 %</i>	<i>26,1 %</i>
Total des frais d'exploitation de TVO	65 229	64 683	66 538	67 305
Excédent (déficit) net d'exploitation	0	0	0	0

Remarque :

- Les projections du plan pluriannuel sont fondées sur la comptabilité de trésorerie, tandis que les états financiers vérifiés de TVO utilisent les principes comptables généralement reconnus.
- Les revenus d'un million de dollars pour les exercices de 2019-2020, 2020-2021 et 2021-22, attribués à des dons importants du Barry and Laurie Green Family Charitable Trust et d'autres organismes, sont inclus dans le poste « Philanthropie et commandites ».

Identification des risques

TVO gère une variété de risques au moyen de processus planifiés. Le conseil d'administration est chargé de veiller à ce que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de rapports financiers et de contrôles internes.