

# Groupe média éducatif TVO – Plan d'affaires sommaire

Jeffrey Orridge | PDG de l'Office de la télécommunication éducative de l'Ontario  
(TVO) | 2180, rue Yonge, Toronto (Ontario)

EXERCICES 2023-  
2024, 2024-2025 ET  
2025-2026

## Table des matières

<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
<b>Orientation stratégique</b> .....	<b>3</b>
Objectif, vision et mission .....	3
<b>Impératifs stratégiques</b> .....	<b>4</b>
Architecture de marque .....	4
<b>Publics visés par une expansion</b> .....	<b>4</b>
<b>Survol des programmes et activités</b> .....	<b>5</b>
<b>A) Contenu et services</b> .....	<b>5</b>
<i>TVOkids</i> .....	5
<i>TVO Learn</i> .....	5
<i>TVO Today</i> .....	6
<i>TVO ILC</i> .....	6
<b>B) Impératifs de soutien</b> .....	<b>7</b>
Personnes et culture.....	7
<b>Plan de prestation de services informatiques et technologiques</b> .....	<b>8</b>
<b>Plan de communications et de marketing</b> .....	<b>9</b>
<b>Ressources, budget et gestion des risques</b> .....	<b>11</b>
<b>Budget</b> .....	11
<b>Gestion des risques</b> .....	11

## Introduction

Le Groupe média éducatif TVO est une organisation vouée à avoir un impact social en changeant la vie des gens et en enrichissant les communautés grâce à l'apprentissage.

Nous poursuivons notre évolution d'une chaîne de télévision publique traditionnelle en une organisation multiplateforme axée sur les médias numériques et sur l'éducation. Nous optimisons la technologie pour offrir des possibilités d'apprentissage stimulantes aux communautés de la province.

Le contenu que présente TVO prépare nos enfants à l'école et à la vie dans son ensemble. Il aide les élèves de tous les âges à atteindre leurs objectifs scolaires tout en faisant appel à des ressources d'apprentissage qui les aident à progresser dans le curriculum scolaire de l'Ontario. Ce contenu explore aussi d'importantes questions et solutions à partir de perspectives diversifiées.

Plus précisément, TVO offre aux Ontariennes et Ontariens des programmes d'éducation multiplateformes à l'intention des enfants; il s'agit de la plus grande école secondaire en ligne en Ontario; documentaires originaux et novateurs; contenu approfondi au sujet de l'actualité issu de diverses perspectives ontariennes; produits et services d'apprentissage numérique primés, dont une bibliothèque de documents de cours pour les élèves de la maternelle à la 12<sup>e</sup> année.

Ce plan d'affaires démontre comment TVO misera sur ces produits et services pour améliorer et accroître nos capacités en matière d'édition numérique, tant pour notre contenu actuel que pour le contenu d'apprentissage numérique.

## Orientation stratégique

### Objectif, vision et mission

TVO a adopté un plan stratégique dont les racines se fondent dans son mandat éducatif en accordant la priorité aux initiatives qui appuient le curriculum de l'Ontario et offrent des possibilités d'apprentissage à l'ensemble des Ontariennes et des Ontariens. La stratégie décrit l'orientation stratégique générale de l'organisation, dont notre objectif, notre vision et notre mission.

**Objectif** : Inspirer l'apprentissage qui change des vies et enrichit les communautés.

**Vision** : Être une organisation d'apprentissage numérique reconnue à l'échelle mondiale.

**Mission** : Créer des expériences d'apprentissage enrichissantes pour tous et les offrir au moyen d'un contenu, de services et d'une technologie de qualité.

La stratégie et le plan d'affaires de TVO s'articulent autour d'un certain nombre de thèmes centraux. Parmi ces thèmes, l'un des plus importants consiste à faire progresser notre transformation numérique en mettant l'accent sur le « numérique d'abord » et sur l'importance de nouer des liens avec les communautés qui ont été traditionnellement moins bien servies où il sera possible d'amplifier les perspectives sous-représentées et où nos produits et services éducatifs fondés sur le curriculum peuvent avoir la plus grande incidence.

Voici d'autres thèmes importants traités dans ce plan d'affaires : accroître notre portée et notre pertinence dans les publics désignés comme des cibles de croissance; accorder la priorité aux possibilités et à la capacité de faire croître nos revenus autogénérés; affiner notre culture organisationnelle afin de témoigner des capacités et des compétences du monde numérique; mettre davantage l'accent sur les interactions et sur l'incidence qu'auront notre contenu et nos initiatives.

## Impératifs stratégiques

Les objectifs généraux de notre stratégie et du présent plan d'affaires sont d'accroître notre portée, de faire croître notre public, de devenir plus pertinents et de rehausser nos recettes. Pour y arriver, nous avons établi quatre impératifs stratégiques.

1. Créer une organisation d'apprentissage très performante, flexible, équitable et visionnaire.
2. Établir une marque d'apprentissage numérique accessible de classe mondiale.
3. Développer une stratégie de contenu et de chaînes numériques intégrée.
4. Augmenter les sources de revenus aux fins de réinvestissement dans TVO et concentrer les ressources afin d'atteindre une viabilité financière.

## Architecture de marque

L'an dernier, TVO a adopté une nouvelle architecture de marque fondée sur une marque ombrelle, Groupe média éducatif TVO (que l'on présente comme « tvo.me » dans certains contextes), et quatre sous-marques : TVOkids, TVO Learn, TVO Today et TVO ILC. Tout ce que nous faisons et tout le contenu que nous produisons sera présenté sous l'une de ces marques.

- **TVOkids** vise à préparer les enfants de deux à huit ans à l'école et à la vie en intégrant au contenu des éléments de pensée critique et d'apprentissage social et émotionnel.
- **TVO Learn**, notre écosystème d'apprentissage émergent, a été établi pour devenir la destination de choix en matière d'apprentissage numérique pour les apprenantes et les apprenants partout dans le monde.
- **TVO Today** explore d'importantes questions et leurs solutions en mettant l'accent sur le contexte et l'analyse et en communiquant de l'information vérifiée et de diverses perspectives, de façon à ce que le public puisse tirer ses propres conclusions.
- **TVO ILC** est une institution d'enseignement qui offre plus de 140 cours en ligne, destinés à des études autonomes ou permettant d'acquérir des crédits d'études secondaires aux élèves de l'Ontario et de tous les horizons.

## Publics visés par une expansion

Les publics de TVO témoignent de son patrimoine et de sa réputation : apprentissage numérique, enfants, actualités et documentaires. Bien que nous soyons toujours engagés à faire croître ces publics, il existe d'autres publics et communautés qui ont été traditionnellement moins bien servis où TVO était moins présente, et/ou dans lesquels les ressources de TVO pourraient avoir un impact significatif.

Pour cette raison, TVO a identifié quelques publics avec un bon potentiel de croissance :

- ✓ Les enfants de deux ans et plus
- ✓ Les élèves inscrits à des cours au primaire ou au secondaire
- ✓ Les apprenants adultes de 18 à 45 ans

- ✓ Les Ontariennes et Ontariens qui font partie des communautés mal servies (p. ex. les Autochtones, les Ontariennes et Ontariens racialisés, les nouveaux Canadiens, la communauté LGBTQ2S+ et les personnes qui vivent dans des communautés éloignées).

## Survol des programmes et activités

### A) Contenu et services

#### **TVOkids**

TVOkids est un élément central de l'excellente réputation que TVO s'est construite durant les 50 dernières années qui demeure essentiel à nos plans d'avenir.

Le marché de la télévision pour enfants se trouve maintenant à un point où le visionnement a majoritairement lieu sur des plateformes de lecture en continu. L'évolution de TVO dans ce nouvel environnement doit essentiellement se fonder sur un engagement à créer du contenu dont nous détenons les droits de propriété intellectuelle.

Bien que cela soit un changement par rapport à l'approche au contenu de TVOkids des dernières années – incluant le fait que TVO ne possède que peu des droits de PI à long terme – c'est une pratique que TVO a adoptée avec succès jadis.

Dans le cadre de l'élaboration d'un nouveau plan et d'une nouvelle stratégie pour TVOkids, nous avons réalisé des études de marché exhaustives visant les enfants et les parents. Ces études nous ont permis de reconnaître une occasion de nous adresser à des publics plus vieux, les préadolescents et adolescents, ce qui nous a menés à créer notre toute première série vidéo « numérique d'abord » intitulée « Know Brainers ».

Voici des initiatives de TVOkids associées au cycle du présent plan d'affaires :

- Transition d'une orientation télévisuelle à du contenu conçu selon une perspective « numérique d'abord »
- Accent sur l'élaboration et la diffusion de contenu « lié au curriculum » et « fondé sur le curriculum »
- Lancement d'un nouveau site Web à l'adresse TVOkids.com

#### **TVO Learn**

Lancée durant la pandémie, TVO Learn s'adapte maintenant et évolue en un environnement d'apprentissage qui facilite l'apprentissage grâce à des outils numériques qui offrent aux élèves la capacité de choisir où et quand ils apprendront. Cette approche permet aux élèves de personnaliser leur parcours d'apprentissage et de répondre à tous leurs besoins de rattrapage durant la période suivant la Covid.

Durant la période visée par ce plan pluriannuel, notre objectif est de cultiver une marque et un écosystème de produits qui feront de TVO Learn une destination de choix des apprenants pour l'apprentissage numérique, peu importe où ils se trouvent. Le plan prévoit de créer un système d'expériences interconnectées axées sur l'habilitation des élèves à réussir leur éducation, sans égard aux obstacles qui se dressent devant eux.

Voici des initiatives de TVO Learn associées au cycle du présent plan d'affaires :

- Utiliser le site Web de TVO Learn pour tirer avantage d'éléments triés sur le volet, de ressources en format vidéo et plus encore de TVOkids, TVO mPower, TVO Mathify et TVO Today.
- Recadrer notre approche face aux jeux dans TVOkids et TVO mPower en accordant la priorité sur les jeux fondés sur le curriculum, les mini-jeux et l'accessibilité par l'intermédiaire d'appareils mobiles.
- Réaliser une expansion de notre utilisation des médias sociaux pour plaire aux élèves de la maternelle à la 12<sup>e</sup> année et aux parents, possiblement en nous lançant dans des plateformes comme Pinterest et d'autres plateformes émergentes.

### **TVO Today**

Les principaux objectifs de TVO Today durant la période visée par ce plan d'affaires sont une expansion de notre contenu numérique d'abord visant les 18 à 45 ans, un accent sur les communautés mal servies ou sous-représentées, la création de documents supplémentaires liés au curriculum destinés à être utilisés en classe et la production d'une plus grande quantité de contenu dont TVO possède la PI.

TVO Today doit combler le fossé des générations. Les enfants du millénaire (âgés de 26 à 41 ans) et la génération suivante ont maintes fois démontré qu'en vieillissant, ils n'adoptent toutefois pas les habitudes de consommation médiatique de leurs aînés. Voilà pourquoi TVO Today ne peut plus agir comme un télédiffuseur qui repique son contenu en format numérique. Nous avons plutôt choisi de devenir une entreprise de médias numériques qui est active sur diverses plateformes, dont l'environnement télévisuel.

Pour y arriver, nous sommes en train d'élaborer un modèle de production agile qui mise sur les compétences hybrides (capture, montage, marketing, optimisation pour les plateformes numériques, etc.), qui est apte à réagir à l'analyse de données et qui rassemble des équipes interdisciplinaires de l'idéation à l'achèvement d'un projet.

Voici des initiatives de TVO Today associées au cycle du présent plan d'affaires :

- Lancement de six nouvelles séries de contenu produites à l'interne, dont quatre visent des publics adultes (dont The Thread, Nerds on Politics et Agenda Explainers) et deux visent des publics préadolescents et adolescents (dont Know Brainers).
- Introduction d'une nouvelle structure d'équipe pour faciliter notre transition d'une orientation télévisuelle à du contenu conçu selon une perspective « numérique d'abord ».
- Accent sur l'élaboration de contenu « lié au curriculum » et « fondé sur le curriculum »
- Élaborer un plan de commandites et de partenariats afin de créer un mode de financement additionnel qui pourrait se fonder sur le partenariat avec la Wilson Foundation, bailleur de fonds actuel de TVO Today Live.

### **TVO ILC**

TVO ILC joue un rôle important pour réaliser la vision de TVO d'être une organisation d'apprentissage reconnue à l'échelle mondiale et vient d'adopter un plan ambitieux visant à mettre TVO ILC en bonne position pour relever ce défi.

Ce plan commence par un engagement renouvelé à parfaire l'expérience client en mettant l'accent sur deux initiatives complémentaires :

1. *Faire évoluer le produit et les technologies d'appoint dans les domaines qui ont une incidence directe sur l'expérience client.*
2. *Créer une équipe à haut rendement en adoptant de nouvelles façons de collaborer pour servir les clients.*

Voici des initiatives de TVO ILC associées au cycle du présent plan d'affaires :

- Systèmes de communication avec les clients améliorés durant les processus d'inscription et d'accueil.
- Réorganisation de l'organigramme d'ILC pour mieux répondre aux besoins en services en ce qui a trait au parcours des élèves et aux services de soutien aux élèves.
- Versions localisées d'ilc.org dans des marchés étrangers ciblés, avec une rédaction et un marketing adaptés à chacun de ces marchés.
- Nouveaux outils de sondage visant à mieux suivre et comprendre l'expérience client.
- Génération de recettes axée sur les marchés prioritaires, notamment Taïwan, l'Inde et la Colombie où nous avons fait des gains par l'intermédiaire des autorités éducatives locales.

## **B) Impératifs de soutien**

### **Personnes et culture**

La stratégie pour les personnes et la culture de TVO en est une qui accorde la priorité aux gens, encourage la diversité d'opinions, promeut l'importance des principaux objectifs stratégiques et rend possibles la croissance et la réussite des employés dans un environnement en constante évolution.

#### **Modernisation des façons de travailler (en cours)**

Durant la pandémie, nous avons pris la décision de mettre en œuvre un modèle de travail hybride afin que nos groupes d'employées et employés soient mieux connectés et disposent de la flexibilité nécessaire pour faire du télétravail. Ce modèle permet à nos équipes d'être plus engagées et de relever de manière collaborative et efficace les défis opérationnels qui se dressent au quotidien.

#### **Recrutement, maintien en poste et mobilisation (en cours)**

Le marché du travail est difficile à cerner. Il sera toujours difficile pour nous d'attirer des talents de les maintenir en poste dans un marché aussi concurrentiel que celui de l'éducation numérique. La demande pour les membres des groupes historiquement sous-représentés dans les médias est forte et l'offre de talents connus est restreinte. Nous continuerons à accroître nos ressources en matière de recrutement et de sensibilisation en participant à des foires de l'emploi et en nouant des liens avec des collègues et des groupes communautaires afin de diversifier notre bassin de candidats.

#### **Stratégie sur la proposition de valeur des employés (exercice 2023-2024)**

Notre proposition de valeur des employés met l'accent sur trois questions principales : objectif, perfectionnement des employés et rémunération. Les réponses à notre sondage sur l'engagement des employés nous aideront à affiner la stratégie sur la proposition de valeur des employés et à

améliorer notre image de marque à l'interne et à l'extérieur en vue de nous doter d'un personnel plus engagé et productif.

### **Programme de perfectionnement pour les employés et l'équipe de direction (4 volets)**

Nous avons lancé cette année un programme de perfectionnement pour les employés et l'équipe de direction. Ce programme a été conçu pour que nous continuions à investir dans la croissance des employés et des dirigeants dans des domaines comme les connaissances commerciales de base, les façons de garnir son coffre à outils et le perfectionnement des capacités liées au leadership.

### **Plan d'action DEI sur trois ans (en cours)**

Notre plan d'action sur trois ans en matière de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI) couvre les exercices de 2022-2023 à 2024-2025 et a été conçu pour cultiver un environnement où les personnes sentent qu'elles sont à leur place et que tout le monde est invité à prendre part à l'aventure, et où toutes les voix comptent et sont écoutées.

Nous allons continuer à mettre l'accent sur les trois piliers suivants :

1. **Contenu** : Nous nous engageons à faire preuve de toujours plus de discernement quant aux images, au contenu, aux ressources d'apprentissage et aux expériences que nous proposons à la population ontarienne et à nous assurer qu'ils concordent avec nos croyances et notre engagement à parler des problèmes de justice sociale.
2. **Culture du milieu de travail** : TVO s'engage à créer un milieu de travail équitable avec une culture d'inclusion où chaque employée et employé se sent bienvenu, apprécié, respecté et inclus, sans obstacles ou limites à ce que cette personne peut offrir ou faire.
3. **Effectif** : Nous croyons en la création d'un effectif qui reflète la diversité des Ontariennes et Ontariens que nous servons en faisant preuve d'équité dans les mesures incitatives, l'embauche, la promotion et l'offre de possibilités au sein de la direction pour tous les employés et pour l'ensemble du bassin de talents de la population ontarienne. Nous examinons constamment nos politiques et nos actions pour trouver tout problème d'équité et prendre des mesures immédiates pour y remédier.

### **Sondage DEI annuel (en cours)**

Nous continuons à distribuer un sondage annuel sur la diversité, l'équité et l'inclusion. Cela nous aide à mieux comprendre les caractéristiques uniques de notre personnel, les lacunes sur le plan de l'inclusion et les occasions d'élaborer une solide stratégie pour la diversité et l'inclusion qui s'aligne sur nos programmes et nos politiques en la matière.

### **Plan de prestation de services informatiques et technologiques**

TVO poursuivra l'accélération de sa transformation numérique en réalisant des investissements ciblés qui offrent un soutien direct au développement de contenu pour nos programmes visant les médias numériques, à la production de cours numériques et aux activités opérationnelles. Pour que nos programmes effectuent la transition et soient axés sur le numérique plutôt que sur la télédiffusion, nous devons appliquer des modifications à grande échelle pour nous doter des capacités, des habiletés et des processus nécessaires pour atteindre nos nouveaux objectifs stratégiques.

Outre cela, TVO s'est dotée d'un vaste éventail de technologies qui exigent en tout temps des travaux de maintenance et de soutien. Les plans ci-dessous représentent les initiatives technologiques clés de TVO sur les plans stratégique et opérationnel.



### **Remplacement des solutions pour les médias numériques (exercice 2023–2024)**

Pour que nos programmes effectuent la transition et soient axés sur le numérique plutôt que sur la télédiffusion, nous devons nous doter des capacités, des habiletés et des processus nécessaires pour atteindre nos nouveaux objectifs stratégiques.

### **Amélioration des systèmes financiers (exercice 2023–2024)**

Nous allons mettre à niveau ou remplacer l'ensemble des anciens systèmes financiers en faveur d'outils infonuagiques plus modernes (commencé en 2022-2023 et toujours en cours en 2023-2024).

### **Soutien à la philanthropie (exercice 2023–2024, en cours)**

Pour améliorer nos activités d'intendance et de sollicitation numériques, il faut que nos propriétés soient étroitement intégrées dans des demandes de dons personnalisées, des messages améliorés visant à améliorer notre positionnement et notre visibilité et des outils et données de communications nettement rehaussés qui donneront lieu à des activités de campagne optimisées.

### **Soutien aux activités de marketing, de sensibilisation et de communications (exercice 2024–2025)**

Nous allons entreprendre le processus d'approvisionnement visant à trouver un système infonuagique de gestion des relations avec les donateurs clients (GRDC) pour l'ensemble de l'organisation qui nous aidera à gérer toutes les relations et interactions avec nos clients et clients éventuels. Ce système sera aussi intégré à des perspectives plus en profondeur au sujet de nos données qui tiennent compte d'autres points de données au sujet des clients et de la GRDC en vue de nous offrir des possibilités plus alléchantes relatives à nos interactions en cours.

### **Investissements dans des technologies infonuagiques (exercice 2023–2024, en cours)**

Les besoins uniques de TVO qui produit du contenu pour les médias à partir de studios ses exigences en matière d'utilisation de technologies poussées ont justifié nos investissements dans les technologies infonuagiques. Ces technologies nous donnent la capacité de réaliser des opérations de grande envergure à un niveau de sécurité et de fiabilité qui ne nous était pas accessible dans un contexte d'hébergement sur place.

### **Données, sécurité et confidentialité (exercice 2023–2024, en cours)**

Pour adopter un modèle d'infrastructure hybride faisant appel à plusieurs nuages distincts, il nous faut réfléchir plus sérieusement aux questions de sécurité et de protection des renseignements personnels. Nous allons répondre à ces questions durant la période visée par ce plan d'affaires.

### **Amélioration du réseau de transmission en direct (en cours)**

Pour poursuivre notre diffusion en direct à partir de nos tours, il faudra réaliser du travail de maintenance, de remplacement et de mise à niveau qui comprend des transmetteurs de rechange, des génératrices et des améliorations électriques.

## **Plan de communications et de marketing**

La marque de TVO repose sur des fondations solides. Des études indiquent que les Ontariennes et les Ontariens font confiance à TVO et croient que les produits et services de TVO sont plus sécuritaires et fiables pour des interactions avec eux-mêmes et des membres de leurs familles. Nos publics associent également TVO à une offre de contenu de qualité et à des perspectives intelligentes. Ces forces soulignent que TVO est bien positionnée pour la transformation et la croissance prévues durant la prochaine phase du plan stratégique.

En revanche, les gens ne comprennent pas clairement tout ce que TVO est et ce qu'il représente. Notre histoire de 50 ans dans les médias contribue aux perceptions selon lesquelles TVO pourrait être dépassée et peu pertinente pour les publics actuels.

L'an dernier, nous avons adopté « Groupe média éducatif TVO » comme dénomination commerciale. Le nouveau nom décrit mieux nos activités essentielles et présente TVO comme une organisation axée sur les médias et l'apprentissage numériques tout en continuant de tirer avantage de notre histoire en tant que source fiable de création et de diffusion de contenu.

Cette nouvelle image de marque raffine notre façon de présenter l'organisation à nos publics de façon à mettre en évidence notre mission fondamentale d'éducation et la diversité et la large portée de la plateforme multimédias de TVO, une tâche que notre image de marque antérieure n'arrivait pas à accomplir.

De cette façon, l'image de marque de TVO appuiera et renforcera les éléments essentiels de notre stratégie en élargissant notre positionnement au-delà du milieu télévisuel et nouera des liens entre notre marque et le contenu éducatif numérique qui constitue notre priorité actuelle.

Bien que la dénomination sociale de TVO demeure l'Office de la télécommunication éducative de l'Ontario, nous n'utiliserons ce nom que dans les documents qui exigent une telle pratique.

TVO a adopté deux nouvelles lettres de marque.



Le logo du Groupe média éducatif TVO sera utilisé sur les documents officiels de l'entreprise, les communications avec le gouvernement et le ministère et les communications interentreprises, ainsi que certaines communications publiques (surtout au début, quand l'implantation du nouveau nom et du nouveau positionnement sont toujours en cours).



La lettre de marque tvo.me est un logo moins officiel qui présente « me » pour « média éducatif » d'une façon qui donne une impression plus personnelle et permet d'établir un lien de façon plus étroite et intuitive entre TVO et le public. Cette façon de s'exprimer offre à TVO plus de personnalité que la lettre de marque officielle et tout en étant moins descriptive, elle transmet son propre message sous-jacent qui renvoie à l'accessibilité et à une connexion avec la communauté qui constituent des éléments importants de la stratégie de TVO.

Nous avons conçu ces deux lettres de marque pour être complémentaires et pour offrir deux façons de parler de TVO. Au fil du temps, alors que l'ensemble de la portée de TVO et son intérêt principal seront mieux compris, et alors que les attributs descriptifs du logo officiel deviendront moins nécessaires, nous planifions utiliser de plus en plus le logo tvo.me dans le marketing et les communications publiques de TVO.

Lors de l'élaboration de notre nouvelle stratégie, nous avons effectué des recherches et mis en œuvre une nouvelle architecture de marque (décrite plus en détail à la section Orientation stratégique). D'ici la fin de l'exercice 2022-2023, nous aurons terminé la première étape du déploiement de cette nouvelle architecture.

Nos buts sont clairs :

1. Modifier la perception de la marque de TVO. Être connus pour ce que nous faisons actuellement, et non seulement ce que nous faisons auparavant.

2. Accroître notre pertinence et les publics que nous rejoignons. Grâce à nos produits, améliorer notre impact et l'engagement du public.
3. Rehausser nos recettes. Élaborer des propositions de valeur convaincantes pour les achats et les dons.

## Ressources, budget et gestion des risques

TVO est financée par la province de l'Ontario et par des recettes autogénérées. Les principales sources de recettes autogénérées de TVO comprennent les dons et les commandites, ainsi que les frais de scolarité perçus par TVO ILC.

Voici des hypothèses financières qui sous-tendent ce plan d'affaires :

- Le financement provincial (subvention de base, financement visant Mathify, financement visant la préservation de la capacité de production et financement visant notre infrastructure de transmission en direct) sera maintenu durant la période de trois ans visé par ce plan d'affaires.
- La licence de télédiffusion accordée à TVO par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) arrive à échéance le 31 août 2023 et sera renouvelée pour 7 ans, de façon que nous puissions poursuivre nos activités de télédiffusion.

### Budget

Voici un résumé du budget de fonctionnement de TVO.

Montants en milliers de dollars	Budget approuvé	Prévisions pour le T2	Plan d'affaires pluriannuel			Écart par rapport à l'exercice précédent		
	2022-2023	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3
<b>Recettes</b>								
Activités régulières	62 760	62 967	67 015	68 186	68 591	4 048	1 171	405
Activités extraordinaires	2 086	5 664	6 121	4 645	1 600	457	(1 476)	(3 045)
<b>Total des recettes</b>	<b>64 846</b>	<b>68 631</b>	<b>73 136</b>	<b>72 831</b>	<b>70 191</b>	<b>4 505</b>	<b>(305)</b>	<b>(2 640)</b>
<b>Dépenses</b>								
Activités régulières	63 076	62 994	67 537	68 708	68 722	(4 543)	(1 171)	(14)
Activités extraordinaires	1 771	4 810	5 599	4 123	1 469	(789)	1 476	2 654
<b>Total des dépenses</b>	<b>64 846</b>	<b>67 804</b>	<b>73 136</b>	<b>72 831</b>	<b>70 191</b>	<b>(5 332)</b>	<b>305</b>	<b>2 640</b>
<b>Excédent/(déficit) d'exploitation net</b>	<b>0</b>	<b>827</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>(827)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

### Gestion des risques

Le cadre de gestion des risques de TVO s'aligne sur la Directive sur la gestion globale des risques, sur l'approche fondée sur les risques et les activités de déclaration des risques figurant dans la Directive concernant les organismes et les nominations et sur le cadre de gestion globale des risques de la FPO, tous ces documents étant fournis par le Conseil de gestion du gouvernement et le Secrétariat du Conseil du Trésor.

Conformément à ce cadre de gestion des risques, TVO effectue une évaluation des risques trimestrielle dont prend connaissance notre conseil d'administration. Nous avons de plus mis en œuvre des mesures de contrôle et des plans d'atténuation des risques pour tous les risques dont l'approche de traitement n'est pas « Accepter ».