

# TABLE DES MATIÈRES



## PLAN D'ACTIVITÉS DU ROM EXERCICE 2017-2018

1	SOMMAIRE ET PRIORITÉS	5
2	MISSION DU MUSÉE Gouvernance Financement privé Engagement, mandat et vision Vision pour les collections et la recherche	7
3	ORIENTATIONS STRATÉGIQUES	9
4	APERÇU DES PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS Stratégie de programmation L'Éducation au ROM	15
5	RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS 17 Financement public Plan de mécénat Revenus d'autofinancement Personnel	17
6	IDENTIFICATION DES RISQUES ET MISE À JOUR	19
7	ANALYSE DE LA CONJONCTURE Analyse interne Analyse externe	20
8	PLAN DE COMMUNICATION ET DE MARKETING	23
9	RESSOURCES HUMAINES	24
10	MESURES DE LA PERFORMANCE	26
11	PLAN FINANCIER	27
12	INITIATIVES ENTRAÎNANT LA PARTICIPATION DE TIERS	29
13	PLAN DE MISE EN ŒUVRE	29

# FORTS DE NOTRE SUCCÈS en chiffres\*

Acquisition  
de 3 météorites  
martiennes



95 175



**ÉLÈVES  
ONT VISITÉ  
LE ROM**

100 000  
membres  
du ROM



**1,1 million**  
de visiteurs



RECHERCHES  
DU ROM MENÉES  
DANS 27 PAYS ET  
5 PROVINCES

1 142  
espèces  
identifiées  
pendant  
le BioBlitz



**274,695**

**VISITEURS ONT VU  
L'EXPOSITION  
POMPÉI, SALUÉE  
PAR LA CRITIQUE**



\*Données fondées sur l'exercice 2015-2016



UN FOSSILE DE  
**508**  
MILLIONS D'ANNÉES  
A ÉTÉ BAPTISÉ

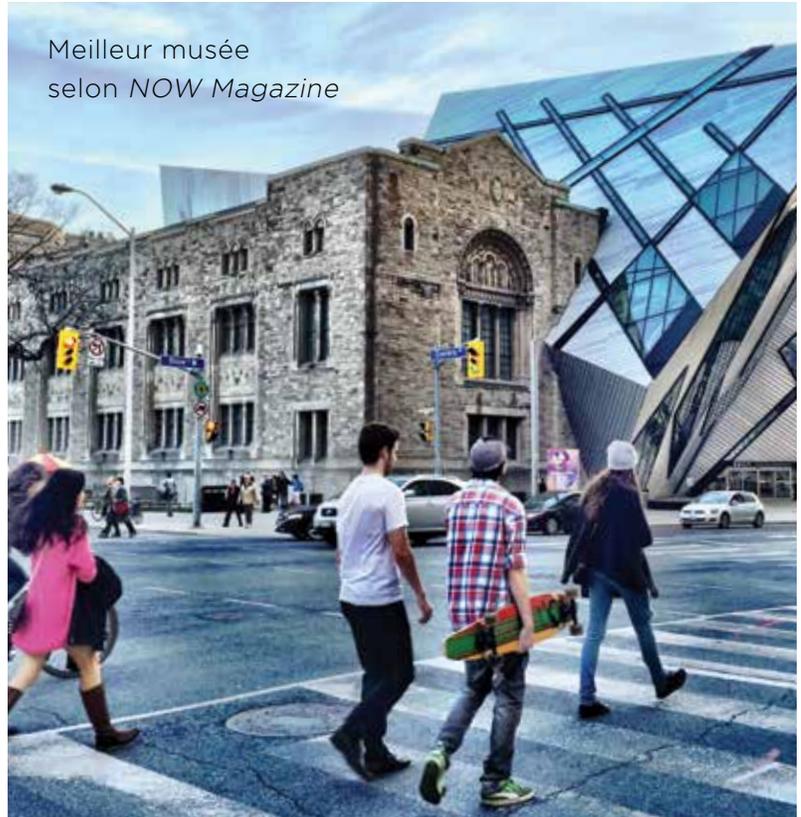
**97** + **5**  
articles universitaires livres écrits par les experts du ROM



ACCUEIL DE

**62**

RÉFUGIÉS SYRIENS DÉCOUVRANT  
LE PATRIMOINE CANADIEN

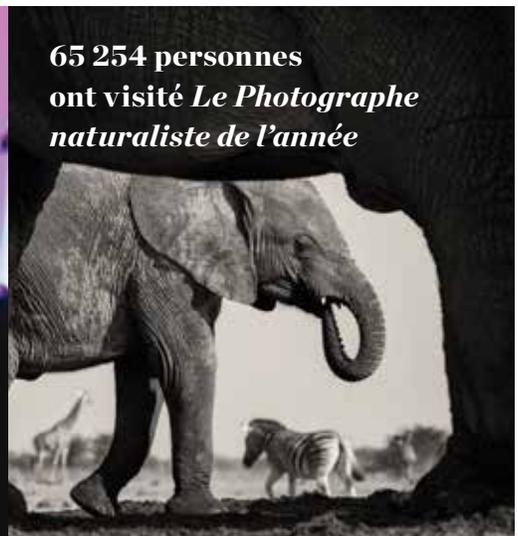


Meilleur musée  
selon *NOW Magazine*



Le Cercle des jeunes bienfaiteurs  
et le Cercle royal des bienfaiteurs  
ont fait don de

**1 836 453 \$**



**65 254 personnes**  
ont visité *Le Photographe*  
naturaliste de l'année

# 1 | SOMMAIRE ET PRIORITÉS

Au Canada, le ROM est une destination incontournable pour en savoir plus sur l'évolution de la planète et des cultures, et aussi pour comprendre l'influence des changements actuels sur le monde de demain. La mission du Musée, définie par la loi ayant mené à sa fondation en 1912, n'a guère changé. Toutefois, en cette ère de mondialisation dominée par la technologie, dans cette ville la plus cosmopolite au monde, notre façon d'interagir avec les visiteurs change et continue d'évoluer. Le ROM continue de travailler en étroite collaboration avec le ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport (MTCS) pour que ses activités respectent le cadre régissant les organismes du gouvernement de l'Ontario. Reconnaissant envers la province pour son appui, le ROM s'engage à utiliser efficacement les ressources fournies par la population ontarienne et à rendre ses collections et son personnel plus accessibles.



## FAITS SAILLANTS DU PLAN D'ACTIVITÉS DU ROM EN 2017–2018 :

- Le ROM a préparé un budget équilibré pour l'exercice 2017–2018, y compris des provisions pour éventualités qui, si on n'y touche pas, se transformeront cette année en excédent budgétaire.
- Cette année, on pense dépasser 1,1 million de visiteurs. Si cet objectif est atteint, on aura dépassé le seuil du million de visiteurs pendant trois ans de suite. Le nombre des visiteurs comprend les 100 000 visites gratuites effectuées en partenariat avec 54 organismes à but non lucratif dans le cadre de ROMCAN.
- Les revenus totaux devraient croître, surtout grâce à une plus grande affluence et aux changements apportés aux droits d'entrée et au coût de l'adhésion. L'affluence accrue est liée aux galeries permanentes et aux expositions *Du fond des mers : La baleine bleue et Vikings*, ainsi qu'aux stratégies de programmation sur plateformes multiples accompagnant les célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.
- Les revenus totaux augmentent aussi en raison du rétablissement de niveaux de financement public préalables.
- D'autres activités devraient connaître du succès en raison de la popularité de la Fièvre du vendredi soir et des services d'accueil. Depuis trois ans, le ROM ne cesse de trouver de nouvelles sources de revenus et attire de nouveaux publics qui s'ajoutent à son public actuel, ce qui contribue également à la hausse des revenus.
- Les dépenses totales devraient augmenter afin de pourvoir aux postes vacants et de bonifier les salaires du personnel contractuel. D'autres dépenses seront nécessaires pour gérer la hausse de la fréquentation et les stratégies de programmation sur plateformes multiples.
- Le ROM s'engage à générer un excédent budgétaire en optimisant ses opérations et en trouvant de nouvelles sources de revenus pour réduire les risques qui affectent les entrées au Musée et autres revenus auxiliaires.
- On continuera de rembourser la dette à long terme et de se protéger contre les risques concernant le régime de retraite.

## PRIORITÉS BUDGÉTAIRES POUR L'EXERCICE 2017–2018 :

- Attirer un vaste public aux expositions *Du fond des mers : La baleine bleue et Vikings*, et aux célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.
- Promouvoir nos recherches et collections, et les rendre plus accessibles. Recueillir des fonds pour de nouvelles dotations de postes.
- Augmenter le nombre d'adhésions en raffinant nos données et notre analyse, ce qui devrait améliorer la mercatique informatisée nécessaire à la segmentation des publics et aux offres ciblées pour attirer de nouveaux membres et maintenir l'effectif actuel.
- Continuer de raffiner et de développer une stratégie pour les expositions qui vise à élargir le rayonnement du ROM et à attirer de nouveaux publics.
- Continuer d'améliorer la stratégie visant à augmenter la fréquentation scolaire et remplir la mission éducative du Musée.
- Continuer de recueillir des fonds pour le Projet d'accueil et la *Galerie de l'aube de la vie*.
- Accélérer la mise en œuvre de la stratégie numérique du ROM pour assurer sa pertinence dans un monde branché où la compétition est féroce.
- Conclure le transfert du fonds de retraite du ROM dans le régime de retraite conjoint, ce qui éliminera les problèmes de solvabilité future du ROM.

## STRATÉGIES PRÉCISES POUR L'EXERCICE 2017–2018 SELON LES CRITÈRES SUIVANTS DE PLANIFICATION DES ACTIVITÉS :

- Augmenter les revenus provenant des entrées payantes, de l'adhésion, des dons, des commandites et des services auxiliaires.
- Dépasser 1,1 million de visiteurs par année.
- Offrir une gamme d'expériences muséales ciblant différents publics.
- Réduire et maîtriser les dépenses, trouver des moyens d'épargner argent et ressources.
- Financer complètement les travaux d'amélioration de l'immeuble et autofinancer les immobilisations stratégiques en mettant en œuvre des projets à retombées considérables et retour rapide sur investissement.
- Faire valoir la nécessité d'investir davantage dans le ROM.
- Améliorer la productivité de l'organisation et la satisfaction du personnel.
- Investir dans les domaines soutenant les priorités de l'exercice 2017–2018.



## 2 | MISSION DU MUSÉE

La Loi portant sur le Musée donne au ROM la mission de collectionner et d'exposer des objets, documents et livres de toute sorte, afin d'illustrer et de faire connaître au public l'histoire naturelle de l'Ontario, du Canada et du monde, et l'histoire de l'humanité à toutes les époques, et aussi d'encourager l'éducation, l'enseignement, la recherche et la publication d'ouvrages dans les domaines reliés à la mission du Musée. Le ROM alignera ses activités de planification sur les priorités du ministère décrites dans la lettre de mandat du ministre et formulera des stratégies destinées à soutenir ces priorités.



### 2.1 GOUVERNANCE

Instance dirigeante du Musée en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés par l'Assemblée législative de l'Ontario, le Conseil d'administration est responsable de l'institution, de ses politiques, de son fonctionnement et de sa bonne marche, ainsi que des biens qu'il détient en fiducie au nom de la population ontarienne, envers laquelle il est ultimement responsable.

Plusieurs obligations, responsabilités et perspectives relèvent du personnel du Musée. Il lui faut parfois résoudre des dilemmes éthiques et des conflits, en fonction des besoins de l'institution ou de l'intérêt général. En la matière, le ROM suit les directives de la *Loi sur les conflits d'intérêts* et les lignes directrices en matière d'éthique de l'Association des musées canadiens.

### 2.2 FINANCEMENT PRIVÉ

Le Conseil des gouverneurs du ROM (ou Fondation du ROM) a été enregistré le 1<sup>er</sup> juillet 1992 en vertu de la *Loi sur les personnes morales de l'Ontario*, dans le but de coordonner toutes les activités de collecte de fonds auprès du secteur privé menées au nom du Musée royal de l'Ontario et de ses associés.

Le Conseil des gouverneurs a pour mission d'obtenir du financement pour améliorer les expositions, les programmes publics, la recherche, l'acquisition et les projets d'immobilisation du ROM.

Le Conseil des gouverneurs du ROM est certifié par le Programme de normes Imagine Canada.

## 2.3 ENGAGEMENT, MANDAT ET VISION

### ENGAGEMENT PRINCIPAL :

Le ROM est un lieu de dialogue entre les visiteurs et avec le monde.

### VISION :

Se tailler une réputation internationale de destination incontournable pour comprendre l'évolution du monde naturel et culturel.

### OBJECTIF :

Inspirer un sentiment d'émerveillement, promouvoir l'apprentissage par les récits tirés de la collection hors du commun dont le ROM a la charge au nom de la population ontarienne, se faire le champion du monde naturel et culturel, servir de lieu de rencontre aux diverses communautés et contribuer à un savoir qui rendra l'avenir plus radieux.

## 2.4 VISION POUR LES COLLECTIONS ET LA RECHERCHE

Les collections du ROM et sa marque intellectuelle reposent sur un solide programme de recherche international, véritable pilier des programmes publics et éducatifs du Musée, sur lequel s'appuient les galeries et les expositions du Musée.

Le personnel du ROM est constitué de 35 conservateurs et conservateurs adjoints, regroupés au sein de deux départements (Cultures du monde et Histoire naturelle) et déployés dans huit Centres de découverte, qui représentent le capital intellectuel et la force des collections auprès des visiteurs. Les conservateurs du Musée mènent des recherches de pointe aux quatre coins de la planète en lien avec nos collections.

En 2016, le ROM a mené des recherches dans 27 pays, principalement consacrées au Canada et à l'Ontario. Ces recherches nourrissent la renommée internationale du ROM, le placent parmi les principaux musées du Canada, et lui valent l'estime profonde de la population ontarienne comme chef de file intellectuel, éducateur exemplaire et institution d'une grande intégrité intellectuelle. Outre la haute importance accordée par le ROM à de nouvelles pistes de recherche, le recours à des spécialistes de réputation mondiale, qui contribuent à des collections de renommée internationale, lui permet de rayonner dans le monde. Le ROM aide les visiteurs à mieux se comprendre et à appréhender le monde naturel et culturel en pleine évolution.



## 3 | ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Les six objectifs stratégiques du ROM l'aident à placer le public au cœur de ses préoccupations, à donner à la population de l'Ontario les moyens de mieux comprendre la nature et la culture, et à servir de lieu de dialogue :

Une expérience extraordinaire pour les visiteurs  
Des Centres de découverte de renommée mondiale  
Des liens essentiels avec les publics  
La résilience financière

Une infrastructure physique et technologique solide  
Un personnel, une équipe dirigeante et des bénévoles compétents et dévoués

### GRANDES INITIATIVES STRATÉGIQUES

LES MESURES SUIVANTES DEVRAIENT CONTRIBUER À LA RÉALISATION DES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DU MUSÉE :

#### Objectif stratégique n° 1

*Une expérience extraordinaire pour les visiteurs*

#### CONTEXTE STRATÉGIQUE :

Visiter le ROM doit s'avérer une expérience fascinante, avant même l'entrée au Musée. Les visiteurs doivent aussi s'en souvenir longtemps après leur départ, grâce à la plateforme en ligne qui nous aide à tisser des liens durables avec eux. Les programmes, les galeries, le site Web, les expositions et les collections doivent raconter des récits inspirants, montrer des objets remarquables et attirer des publics variés. Le ROM doit adopter de nouvelles technologies pour mieux interpréter les artefacts et jeter des ponts entre le visiteur et le savoir muséal. En outre, il faut moderniser l'aménagement du Musée pour répondre aux attentes des visiteurs.

#### PRINCIPALES INITIATIVES STRATÉGIQUES DE L'EXERCICE 2017–2018

- Mettre en œuvre de nouvelles stratégies de programmation et d'exposition, dépasser les cibles de fréquentation et rentabiliser les expositions *Du fond des mers : La baleine bleue et Vikings*, et ainsi que les célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.
- Offrir des contenus inspirants aux périodes de pointe : été, temps des Fêtes, relâche scolaire.
- Formuler une nouvelle stratégie d'excellence pour le Projet d'accueil visant à attirer et mobiliser les visiteurs.
- Accélérer la mise en œuvre d'une stratégie numérique afin d'offrir des expériences uniques en salle et en ligne.

D'ICI LA FIN DE L'EXERCICE 2016–2017, NOUS AURONS ATTEINT LES JALONS SUIVANTS :

- Mis en œuvre de nouvelles stratégies de programmation et d'exposition axées sur des initiatives pluridisciplinaires aux retombées considérables
- Amélioré la *Galerie Famille Patrick et Barbara Keenan de la biodiversité interactive*, ainsi que les *Galeries européennes Samuel* qui comprendra la nouvelle *Galerie du design moderne*
- Dépassé la fréquentation prévue aux expositions *Tatoueurs, tatoués* et *Chihuly : Du sable et du feu naît la beauté*.



## Objectif stratégique n° 2

*Des Centres de découverte de renommée mondiale*

### CONTEXTE STRATÉGIQUE

Les Centres de découverte ont pour objectif d'aider les visiteurs à s'y retrouver parmi les collections encyclopédiques du ROM, ses recherches de pointe, ses salles, ses expositions et ses programmes. Cette année, nous ferons connaître la programmation du ROM par l'intermédiaire de ces centres, qui en structurent le contenu. Chaque élément de notre offre de service sera spécifiquement lié à l'un de ces centres, ce qui créera un cadre cohérent pour mieux comprendre toute la portée des collections du ROM.

### PRINCIPALES INITIATIVES STRATÉGIQUES DE L'EXERCICE 2017-2018

- Atteindre l'étape des trois ans dans la mise en œuvre quinquennale du système de gestion des collections, ce qui donnera davantage accès aux collections de classe mondiale que possède le ROM.
- Mener des recherches au Canada et à l'étranger pour contribuer à l'enrichissement des collections grâce à de nouvelles découvertes.
- Attirer l'attention du grand public, au-delà des chercheurs, sur les recherches du ROM grâce aux meilleurs réseaux sociaux.

D'ICI LA FIN DE L'EXERCICE 2016-2017, NOUS AURONS ATTEINT LES JALONS SUIVANTS :

- Présenté la grande exposition *Chihuly : Du sable et du feu naît la beauté* et des programmes connexes organisés par les Centres de découverte pertinents
- Présenté *Tatoueurs, tatoués*, une exposition majeure du ROM conçue pour attirer de nouveaux publics
- Mis en œuvre le projet à long terme de numérisation des collections
- Poursuivi des recherches sur tous les sujets pertinents afin d'enrichir les collections.



### Objectif stratégique n° 3

*Des liens essentiels avec le public*

#### CONTEXTE STRATÉGIQUE

Le ROM tisse des liens avec ses publics grâce aux expériences qu'il leur offre. Ainsi, les gens en font une destination incontournable, accessible plusieurs fois. À mesure que la population ontarienne change, nous rejoignons de nouveaux publics, afin qu'ils se sentent chez eux au Musée, peu importe leur lieu de résidence ou leur âge.

Si les Centres de découverte et l'expérience du ROM font déjà naître des affinités avec ces publics, il n'en faut pas moins continuer de les appuyer activement et en trouver de nouveaux afin que le ROM demeure au cœur de la société d'aujourd'hui et de demain.

#### PRINCIPALES INITIATIVES STRATÉGIQUES DE L'EXERCICE 2017–2018

- ↘ Revoir notre approche pédagogique et attirer davantage de groupes scolaires.
- ↘ Revoir nos programmes d'adhésion grâce à une meilleure analyse des données, à des communications plus efficaces et à des activités de promotion directes.
- ↘ Accroître la fréquentation des programmes novateurs, comme Les conférences du ROM, Les week-ends fous et les camps du ROM.
- ↘ Mettre en œuvre la programmation du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.
- ↘ Formuler une nouvelle stratégie d'inclusion pour l'éducation, les services aux membres, les activités et les expositions.

#### D'ICI LA FIN DE L'EXERCICE 2016–2017, NOUS AURONS ATTEINT LES JALONS SUIVANTS :

- ↘ Augmenté le nombre de membres du ROM grâce à une meilleure analyse des données, à des communications plus efficaces et à des activités de promotion directes
- ↘ Accru la fréquentation des programmes novateurs, comme Les conférences du ROM, Les week-ends fous et les camps du ROM
- ↘ Conclu la planification du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.



## Objectif stratégique n° 4

### *La résilience financière*

#### CONTEXTE STRATÉGIQUE

Le Musée investira en priorité dans la recherche de nouveaux publics, en démontrant l'utilité du ROM pour la communauté et en faisant connaître ses recherches de calibre international dans un cadre de rentabilité et de stabilité financière.

#### PRINCIPALES INITIATIVES STRATÉGIQUES DE L'EXERCICE 2017–2018

- ↘ Continuer de gérer les flux de trésorerie et rembourser la dette à long terme.
- ↘ Trouver de nouvelles sources de revenus et continuer d'optimiser les activités auxiliaires.
- ↘ Continuer de raffiner la démarche d'évaluation comparative et la métrique pour trouver des gains d'efficacité et des moyens d'assurer la viabilité à long terme.

#### D'ICI LA FIN DE L'EXERCICE 2016–2017, NOUS AURONS ATTEINT LES JALONS SUIVANTS :

- ↘ Collaboré avec le Conseil des gouverneurs du ROM pour atteindre les cibles en matière de mécénat
- ↘ Incité les services auxiliaires à dépasser les attentes et à explorer de nouvelles sources de revenus
- ↘ Mis au point un tableau de bord, des indices clés de rendement et d'analyse des tendances.





## Objectif stratégique n° 5

*Une infrastructure physique et technologique solide*

### CONTEXTE STRATÉGIQUE

Le Musée doit investir dans son infrastructure technologique et électronique, et systèmes associés. L'infrastructure des technologies de l'information (TI) doit répondre aux attentes toujours plus grandes des visiteurs pour maintenir la pertinence du ROM et optimiser l'expérience des usagers. L'infrastructure des TI doit être sans cesse mise à jour pour assurer la sécurité des réseaux et ainsi protéger les programmes et les biens d'importance critique.

Pour gérer l'entretien différé et les réparations des immobilisations nécessaires, il faut continuer d'investir. Au fil des ans, le ROM a répondu en partie à ses besoins critiques en matière d'infrastructure et a fixé ses priorités en matière d'immobilisation, afin de guider les investissements pendant le prochain cycle de planification.

L'examen de l'utilisation de l'espace au ROM montre qu'après un siècle d'enrichissement des collections et de recherches performantes, le Musée doit sans délai trouver de l'espace pour poursuivre ses activités de collection contemporaine et numériser ses précieux artefacts.

### PRINCIPALES INITIATIVES STRATÉGIQUES DE L'EXERCICE 2017–2018

- ↘ Achever la phase III du système de gestion des collections.
- ↘ Investir dans l'infrastructure des TI pour améliorer l'efficacité et le rendement du ROM.
- ↘ Trouver plus d'espace à court terme.

### D'ICI LA FIN DE L'EXERCICE 2016–2017, NOUS AURONS ATTEINT LES JALONS SUIVANTS :

- ↘ Achevé la phase II du système de gestion des collections
- ↘ Encouragé des investissements très rentables à court terme dans l'infrastructure des TI
- ↘ Continué de réparer le toit (plan pluriannuel)
- ↘ Mené à terme les autres projets de gestion des infrastructures, comme la modernisation du monte-charge.

## Objectif stratégique n° 6

*Un personnel, une équipe dirigeante et des bénévoles compétents et dévoués*

### CONTEXTE STRATÉGIQUE

Le Musée investira dans le perfectionnement professionnel, le mentorat et le leadership de son personnel et de ses bénévoles, afin de bien s'adapter aux besoins changeants de la société.

### PRINCIPALES INITIATIVES STRATÉGIQUES DE L'EXERCICE 2017–2018

- Pourvoir aux postes stratégiques pour mettre en œuvre le plan 2017–2018.
- Mettre en œuvre le Cadre de rémunération des cadres supérieurs du secteur public ontarien d'ici l'échéance prévue.
- Mettre en œuvre un nouveau système de mesure du rendement pour l'évaluation du personnel.
- Adopter un nouveau tableau de bord pour promouvoir une culture axée sur la performance.
- Conclure le transfert du fonds de retraite du ROM dans le fonds de retraite conjoint

### D'ICI LA FIN DE L'EXERCICE 2016–2017, NOUS AURONS ATTEINT LES JALONS SUIVANTS :

- Continué de rationaliser les charges de travail et d'affecter les ressources nécessaires aux priorités du Musée
- Continué d'appuyer la gestion du changement par le perfectionnement professionnel.



# 4 | APERÇU DES PROGRAMMES ACTUELS ET FUTURS

## 4.1 STRATÉGIE DE PROGRAMMATION

En 2017-2018, la programmation publique sera mise en œuvre dans le cadre d'une nouvelle stratégie.

### CONFÉRENCES (PAYANTES) DU MARDI SOIR POUR ADULTES

- Conférences, discussions et débats inspirants qui afficheront complet, notamment des formules expérimentales démontrant le bagage intellectuel du ROM et portant sur l'actualité et les enjeux mondiaux.
- Programmation de nature à multiplier les partenaires du ROM et l'aidant à atteindre de nouveaux publics.

### LA FIÈVRE DU VENDREDI SOIR

- Au printemps et à l'automne, 19 soirées par année dans le cadre de La Fièvre du vendredi soir, qui attire un public plus jeune. En 2017, le ROM accueillera pour la première fois un réveillon (31 décembre).

### ACTIVITÉS DE JOUR DANS LES GALERIES

- Activités animées dans les galeries du ROM par des bénévoles tous les jours de la semaine pendant les heures d'ouverture, y compris des visites guidées et la manipulation d'objets.
- Augmentation du personnel de jour et des bénévoles dans les deux galeries interactives pour le grand public et les visites scolaires libres. Les activités varieront selon la proportion d'écoliers, de familles et de touristes.

### CONFÉRENCES DE JOUR LE JEUDI

- Conférences pour ceux et celles qui veulent en savoir plus sur des sujets spécifiques, les recherches du ROM et le contenu des expositions et salles.

### WEEK-ENDS FOUS ET JOYEUX DIMANCHES MENSUELS

- Joyeux dimanches et fins de semaine à thème, avec toute une gamme d'activités pour la famille et une programmation parallèle pour le public adulte.
- Participation des communautés concernées en s'appuyant sur les populaires Journées du patrimoine et en mobilisant les groupes d'amis des Centres de découverte.

### ACTIVITÉS DANS LES GALERIES CHAQUE WEEK-END

- Niveau garanti d'activités dans les galeries interactives chaque week-end (hormis les Week-ends fous et Le temps des Fêtes au ROM).
- Programmes payants, comme le Club du samedi matin.

### PÉRIODES DE POINTE ET VACANCES FAMILIALES

- Programmation familiale à grande échelle pendant la relâche scolaire, les fêtes de fin d'année (Le temps des Fêtes au ROM), les fins de semaine en famille et les vacances d'été.





#### ROM ADULTES : ATELIERS D'UNE JOURNÉE LE WEEK-END

- Programme interactif pour adultes ayant un intérêt marqué envers un sujet particulier. Discussions approfondies de sujets d'exposition et de recherches du ROM avec les commissaires d'exposition, les éducateurs et les chercheurs invités. Dîner inclus.

#### BÉBÉ ET MOI

- Les nouveaux parents et gardiens profiteront d'activités sur des sujets fascinants et de visites guidées. Ils trouveront au ROM un environnement agréable pour les bébés tout en discutant. Réception après la visite.

#### ROMJeunes – Les tout-petits

- Les tout-petits accompagnés d'un parent ou d'un gardien profiteront d'activités ludiques interactives, tout en rencontrant d'autres familles dans une salle de classe et dans les galeries du musée.

## 4.2 L'ÉDUCATION AU ROM

Au ROM, le Service de l'éducation occupe une place centrale en répondant directement à la mission éducative de l'institution. Chaque jour, grâce aux visites scolaires, aux galeries interactives et au programme de diffusion externe, les activités éducatives du ROM provoquent l'émerveillement et encouragent la découverte en inspirant élèves et étudiants, enseignants, familles et autres publics à se plonger dans les récits que racontent les collections encyclopédiques du ROM. En 2016-2017, plus de 100 000 élèves et enseignants ont visité le ROM. En 2014, nous avons adopté une nouvelle stratégie triennale pour l'Éducation au ROM, afin d'anticiper les besoins de nos divers publics et d'y répondre, de promouvoir la curiosité, la découverte et l'enseignement dans un environnement éducatif en pleine évolution. En 2015 et en 2016, on a raffiné le plan et de nouvelles initiatives ont été déployées pour augmenter le nombre de participants.

#### L'ÉDUCATION AU ROM :

- offrira des expériences exemplaires sur place, en ligne et à l'extérieur favorisant l'apprentissage continu en réponse à l'évolution de l'environnement éducatif et des besoins des usagers en matière d'éducation;
- utilisera des moyens et méthodes progressistes en contexte muséal pour enseigner et mobiliser les apprenants de façon pertinente et accessible;
- favorisera une culture axée sur la flexibilité et l'adaptation pour soutenir un enseignement et un apprentissage souples.

## 5 | RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS

Ressources financières :

Le Musée a prévu un budget équilibré pour l'exercice 2017–2018. Le plan d'activités met de côté un million de dollars pour les éventualités, qui pourraient servir à compenser le manque à gagner sur le plan des revenus ou à financer les dépenses urgentes permettant au Musée de remplir sa mission. Si ce poste budgétaire réservé aux éventualités n'est pas utilisé, le ROM prévoit un excédent de ce montant, qui sera utilisé pour répondre aux besoins du fonds de roulement. On prévoit aussi un excédent pour les années subséquentes. En 2017–2018, l'équipe dirigeante a fait des projections raisonnables à l'égard du plan financier, et l'intention est d'excéder ces objectifs pour améliorer la flexibilité et la liquidité.

### 5.1 FINANCEMENT PUBLIC

Les prévisions pour l'exercice 2017–2018 tablent sur le maintien au niveau actuel des subventions de fonctionnement octroyées au Musée par la province. Les revenus comprennent une subvention spéciale de 0,3 million de dollars accordée par la province pour financer les activités prévues pour Ontario 150. En 2016–2017, l'Ontario a versé une subvention spéciale de 1,1 million de dollars à l'appui des activités d'Ontario 150 et ce financement additionnel a entièrement servi à cette fin.

Les montants annuels confirmés qu'affecte la province à la réparation et à la réhabilitation de l'infrastructure ont été confirmés : ils se chiffrent à 4 millions de dollars en 2017–2018, comme en 2016–2017. Ces chiffres tiennent compte de l'arriéré des projets d'entretien.

L'entretien différé présente un risque élevé de réparations urgentes, qui exigeront des fonds additionnels pendant que le plan triennal est en vigueur.

La nécessité de remplacer d'autres éléments de l'infrastructure exclus de la banque de données provinciale de gestion de l'infrastructure a été récemment signalée. La plateforme utilisée pour notre système téléphonique, essentielle à nos activités mais désuète, en est un bon exemple.

### 5.2 PLAN DE MÉCÉNAT

Créée en 1992, la Fondation du ROM a pris le nom de « Conseil des gouverneurs du ROM ». Son bureau est chargé de coordonner les activités de mécénat à l'appui des grandes priorités du Musée. Ses efforts permettent au ROM de mieux servir des communautés toujours plus diverses et changeantes, en encourageant les liens durables à long terme, précieux non seulement pour le Musée, mais aussi pour ses donateurs.

Ce conseil indépendant offre son savoir-faire dans une vaste gamme d'activités de mécénat aux gouverneurs du ROM, en appui aux programmes, recherches, collections, galeries, expositions et programmes de diffusion externe du ROM.



Le Conseil des gouverneurs du ROM cherche à assurer la stabilité financière du Musée pendant l'exercice 2017–2018. Une nouvelle campagne de grande ampleur fait partie des priorités philanthropiques pour l'exercice.

## 5.3 REVENUS D'AUTOFINANCEMENT

En 2017–2018, le Musée générera lui-même 54 % de ses revenus.

## 5.4 PERSONNEL

Le nombre d'employés à temps plein ne devrait guère changer pendant toute la durée du plan. Attirer et retenir des employés de talent n'a pas été chose facile au Musée. C'est pourquoi le Musée a amélioré sa grille salariale et son fonds de retraite. Ces initiatives devraient aider le ROM à atteindre ses objectifs à court et long terme. Le personnel du ROM continue d'être passionné par son travail et par l'institution dans un contexte difficile. Les liens avec les trois syndicats sont positifs et respectueux.

L'équipe dirigeante du Musée continue de collaborer avec le personnel pour repenser les processus et rationaliser les flux de travail, dans le but de réduire les charges de travail et d'assurer les ressources nécessaires aux priorités du Musée.



# 6 | IDENTIFICATION DES RISQUES ET MISE À JOUR

**RISQUE :**  
MANQUE À GAGNER DES  
REVENUS GÉNÉRÉS PAR  
LES DROITS D'ENTRÉE

**DESCRIPTION :**  
Le Musée pourrait connaître  
moins d'affluence que prévu.  
Le nombre de visites scolaires  
continue d'être inférieur aux  
projections, en raison de facteurs  
hors du contrôle du Musée.

**DEGRÉ :**  
Élevé

**MISE À JOUR :**  
Le ROM projettera de nouvelles  
initiatives pour accroître  
la fréquentation du Musée.

**RISQUE :**  
FINANCEMENT DU  
GOUVERNEMENT  
DE L'ONTARIO

**DESCRIPTION :**  
Le financement du ROM  
par la province est demeuré  
relativement stable, mais les coûts  
augmentent et l'équipement et  
l'infrastructure vieillissent.

**DEGRÉ :**  
Élevé

**MISE À JOUR :**  
Dans son plan d'activités  
2017-2018, le ROM demande  
des fonds additionnels pour  
financer des projets essentiels.

**RISQUE :**  
FACILITÉS DE CRÉDIT

**DESCRIPTION :**  
Le Musée doit fonctionner dans  
les limites de ses facilités de crédit.  
Il ne peut poursuivre ses activités  
au-delà de sa marge de crédit.

**DEGRÉ :**  
Élevé

**MISE À JOUR :**  
L'équipe dirigeante continue  
de formuler des plans destinés à  
améliorer ses liquidités et a fait  
des progrès en réduisant le solde  
d'endettement de trésorerie,  
passé à 1,6 million de dollars  
à la fin de 2015-2016.

**RISQUE :**  
RÉPARATIONS URGENTES

**DESCRIPTION :**  
L'étude sur la gestion des biens  
menée par la province a permis  
d'identifier des besoins différés  
en matière de réparation et  
de rénovation au Musée.

**DEGRÉ :**  
Élevé

**MISE À JOUR :**  
Le Musée a fixé ses priorités  
en matière de réparation et  
de rénovation, et entamera  
les plus urgentes durant  
l'exercice 2017-2018.

# 7 | ANALYSE DE LA CONJONCTURE



## 7.1 ANALYSE INTERNE

### Atouts et perspectives

- ↘ Grande popularité dans sa catégorie et image positive et solide
- ↘ Personnel et bénévoles dévoués, passionnés, érudits et expérimentés
- ↘ Liens avec la communauté
- ↘ Savoir-faire de classe mondiale des commissaires, conservateurs et chercheurs
- ↘ 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada en 2017, prochaine grande campagne de mécénat
- ↘ Ciblage des secteurs en croissance, comme les jeunes adultes vivant au centre-ville et les familles vivant en banlieue
- ↘ Nouveau Projet d'accueil, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, pour continuer à rapprocher le Musée des gens

### Faiblesses et risques

- ↘ Vieillesse de l'infrastructure principale, des équipements, des collections et des installations subsidiaires, ce qui exige des dépenses en immobilisations
- ↘ Infrastructure technologique (TI, etc.) vieillissante exigeant d'importantes dépenses en immobilisations
- ↘ Concurrence accrue dans les secteurs culturel et éducatif
- ↘ Perception voulant que le Musée n'offre pas toujours des expériences novatrices, dynamiques et divertissantes

## 7.2 ANALYSE EXTERNE

### POPULATION, ÂGE ET DIVERSITÉ

#### Démographie du Grand Toronto\*

- ↘ La population de la Ville de Toronto dépasse tout juste les 2,6 millions, soit une croissance d'environ 4,5 % par rapport à 2006.
- ↘ La population de la région métropolitaine de Toronto est de 5,6 millions, ce qui représente 9,2 % de plus qu'en 2006.
- ↘ La plus grande croissance démographique a lieu dans les municipalités proches de Toronto, plutôt que dans le centre-ville, dans des villes comme Milton (+ 56,5 %), Whitchurch-Stouffville (+ 54,3 %), Ajax (+ 21,6 %), Brampton (+ 20,8 %) et Vaughan (+ 20,7 %).



## Diversité\*

Toronto a la plus forte proportion d'allophones (personnes n'ayant ni le français, ni l'anglais comme langue maternelle) en Ontario.

- ↘ 53,8 % ont l'anglais comme langue maternelle, 1,1 % le français et 41,8 % une langue non officielle.
- ↘ Les langues maternelles non officielles les plus communes (de 2,2 % à 3,2 %) sont l'italien, le cantonais, le chinois (sans autre précision), le punjabi, le tagalog, l'espagnol et l'ourdou.

## TOURISME

### Pays étrangers\*\*

Toronto a accueilli 40 millions de touristes en 2015, une année record.

- ↘ Le nombre de visiteurs venus des É.-U. de janvier à juillet 2016 a augmenté de 11 %, un record. 65 % d'entre eux sont arrivés à Toronto par avion.
- ↘ La Chine demeure le principal marché international pour le tourisme, avec une hausse annuelle de 13 % des visiteurs chinois à Toronto.
- ↘ Parmi les autres pays d'origine des touristes (classés par ordre de grandeur) : R.-U. (+ 10 %), Inde (+ 13 %), Japon (+ 3 %), Allemagne (- 1 %), Brésil (+ 24 %) et Mexique (+ 24 %).
- ↘ Le pourcentage de visiteurs provenant des É.-U. devrait augmenter au cours de la prochaine année en raison de la force du dollar américain.

### Visiteurs du ROM\*\*\*

- ↘ Les caractéristiques des visiteurs du ROM sont semblables à celles de tous les visiteurs de Toronto : 81 % d'entre eux vivent au Canada (en hausse par rapport à 77 % l'an passé), 75 % vivent en Ontario et 58 % viennent du Grand Toronto.
- ↘ 13 % des visiteurs du ROM viennent des É.-U., le plus haut pourcentage après la tour du CN (23 %).
- ↘ Seuls 6 % des visiteurs américains du ROM viennent des États limitrophes, le plus haut pourcentage après la tour du CN (8 %).
- ↘ La tour du CN est le site le plus visité à Toronto par les touristes étrangers (25 % des visiteurs), suivie du Centre des sciences de l'Ontario (8 %) et du ROM (7 %).
- ↘ Quand on demande aux Canadiens quelle est leur ethnicité ou origine, 66 % répondent qu'ils sont Européens (dont 41 % Britanniques, le plus haut pourcentage de l'ensemble), 30 % Nord-Américains, 14 % Asiatiques, 4 % Latino-Américains ou Sud-Américains, 3 % Moyen-Orientaux et 2 % Africains.

## GOVERNEMENTS FÉDÉRAL ET PROVINCIAL

### Gouvernement de l'Ontario

- ↘ Eleanor McMahon a été nommée ministre du Tourisme, de la Culture et du Sport en juin 2016.
- ↘ Le gouvernement vise l'équilibre budgétaire d'ici 2017-2018, ce qui coïncidera avec l'élection prévue au printemps 2018.
- ↘ La Stratégie ontarienne pour la culture, qui décrit les priorités du gouvernement, a été lancée en juin 2016.
- ↘ Le gouvernement entend profiter des célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire de l'Ontario (Ontario 150) pour renforcer la fierté civique des Ontariens.

\*Source : Statistiques Canada, recensement de 2011

\*\*Source : Tourism Toronto, février 2016

\*\*\*Source : Enquête de satisfaction de fin d'année Nielsen G6

## Gouvernement fédéral

- ↳ Le gouvernement fédéral a signalé sa volonté d'investir dans les arts et la culture.
- ↳ En septembre 2016, le ROM a participé aux consultations pré-budgétaires menées par le ministre fédéral des Finances.
- ↳ Le gouvernement compte sur les institutions artistiques et culturelles pour intensifier sa diplomatie culturelle.
- ↳ Le gouvernement continue de se concentrer sur les célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.

## Numérique

- ↳ L'application des technologies numériques à toutes les activités du Musée est indispensable dans le monde d'aujourd'hui. Le Canada est l'un des plus grands utilisateurs de l'Internet au monde. Au total, 90 % des adultes disent s'en servir au moins à l'occasion et 67 % ont un téléphone intelligent. Les taux d'utilisation parmi les Canadiens âgés de 18 à 34 ans sont encore plus élevés.
- ↳ L'adoption des téléphones intelligents a changé le comportement des gens en ligne. Quand ils utilisent leur cellulaire, ils passent jusqu'à 85 % du temps à se servir de 5 applications seulement. D'après les dernières données de ComScore, près de 50 % des usagers ne téléchargent mensuellement aucune application. Les plus fréquentes sont liées aux réseaux sociaux (14 %), aux jeux (6 %) et aux messageries instantanées (5 %). Même les habitudes de navigation changent avec la croissance des navigateurs d'applications utilisant Facebook, Twitter et Instagram.
- ↳ Facebook continue de dominer les réseaux sociaux au Canada, avec 54 % des Canadiens qui disent consulter leur compte Facebook au moins une fois par jour et 74 % au moins quelques fois par semaine. L'utilisation de Facebook demeure élevée, mais la croissance des nouveaux usagers a atteint un plateau. Parmi les autres sites fréquemment utilisés : YouTube, Twitter, Pinterest, Google+, Instagram et LinkedIn.
- ↳ En 2014, 6 % (505 milliards de dollars de ventes) de toutes les dépenses de consommation ont été faites en ligne au Canada et devraient atteindre 10 % en 2019. Comme cette industrie grandit, la technologie sera de plus en plus intégrée aux achats et un nombre accru de commerces s'installeront en ligne, ce qui permettra de récolter de plus en plus d'informations sur les consommateurs. Ces nouvelles données optimiseront l'expérience d'achat et mèneront à de nouveaux modes de paiement (Apple et Android).

# 8 | PLAN DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

## UNE VIVE CONCURRENCE

- Il y a de plus en plus de concurrence pour le temps et l'argent consacrés aux loisirs, non seulement pour les activités les plus répandues, mais aussi pour le magasinage, les parcs de loisirs, les festivals de musique, la diffusion de flux audio ou vidéo, les réseaux sociaux et les jeux en ligne.
- La faiblesse du dollar canadien par rapport au dollar américain a entraîné une hausse du tourisme intérieur et un afflux de visiteurs américains au cours des derniers mois\*.
- Le marché de l'emploi, qui devrait ralentir ou même stagner pendant un bon moment, ainsi que les inquiétudes face à l'impact économique et culturel des élections présidentielles américaines sur le Canada, ont fait chuter l'Index de confiance des consommateurs\*\*.

## LA RÉACTION DU ROM

- Le ROM a pour principal objectif de tisser des liens avec ses visiteurs afin d'occuper une place importante dans leur vie, en les attirant pour vivre des expériences muséales fascinantes, stimulantes et d'actualité.
- Nous continuons d'offrir toute une gamme de contenus et d'expériences dans le but d'attirer un public aux profils démographiques, psychographiques et culturels variés. Nous encourageons l'interaction avec de nouveaux visiteurs tout en approfondissant nos liens avec nos publics actuels.

## OBJECTIFS DE MARKETING ET DE COMMUNICATION

- Faire preuve d'audace, de dynamisme et de personnalité, en articulant clairement les avantages et la modernité exceptionnels du Musée, et en tirant profit des nouvelles technologies et méthodes (mobiles, numériques et expérientielles), ainsi que des médias traditionnels.
- Continuer de construire l'image de marque du ROM comme destination essentielle et institution de recherche de pointe.
- Tisser et cultiver de solides partenariats stratégiques avec des institutions et des entreprises qui permettent d'atteindre de nouveaux publics et d'attirer de nouveaux soutiens au Musée.
- Continuer de développer des plans de communication et de marketing intégrés sur plateformes multiples qui valorisent l'image de marque du Musée, les célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada, et les expositions *Du fond des mers : La baleine bleue* et *Vikings*.
- Continuer d'encourager les adhésions grâce à une nouvelle stratégie de marketing axée sur la base de données visant à attirer de nouveaux membres et à retenir les membres existants.

## LE 150<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE DU CANADA

Les expositions et la programmation du ROM à l'occasion du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada raconteront des histoires canadiennes par l'entremise de ses collections fascinantes et considérables et de ses recherches révolutionnaires. Entre mars et novembre 2017, le ROM présentera trois expositions originales qui susciteront la curiosité des visiteurs de Toronto et d'ailleurs : *Du fond des mers : La baleine bleue*, *Les Anishinabes : Art et pouvoir* et *Photos de famille*. Ces expositions témoigneront ainsi de la pertinence actuelle du Musée et du rôle clé qu'il joue sur la scène tant nationale qu'internationale.

Outre ces expositions temporaires, le ROM lancera le week-end de la fête du Canada le 30 juin par une Fièvre du vendredi soir portant sur le thème du Canada, suivie de deux jours de discussions et d'activités aussi emballantes les unes que les autres pour inciter les visiteurs de tous âges et de toutes origines à marquer cet anniversaire historique. Parallèlement aux expositions et activités du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada, le Musée entend commander à un artiste canadien une installation dynamique pour l'esplanade du ROM, portant ainsi les festivités au-delà des murs du Musée.

\*Tourisme Toronto, février 2016 \*\*Source : Le Conference Board du Canada, octobre 2016

# 9 | RESSOURCES HUMAINES

## PRINCIPALES INITIATIVES STRATÉGIQUES POUR L'EXERCICE 2017-2018

- Procéder à des embauches stratégiques pour mettre en œuvre le plan pour 2017-2018.
- Mettre en œuvre le Cadre de rémunération des cadres supérieurs du secteur public ontarien d'ici l'échéance prévue.
- Mettre en œuvre le nouveau système de mesure du rendement pour évaluer les employés.
- Mettre en œuvre les nouveaux tableaux de bord pour encourager une culture de performance.
- Conclure le transfert du fonds de retraite du ROM dans le fonds de retraite conjoint.

### EFFECTIFS DU MUSÉE

	2014-15 (ETP)	2015-16 (ETP)	2016-17 (ETP)	2017-18 (ETP)	2018-19 (ETP)	2019-20 (ETP)
<b>UIES</b>	78	80	80	80	80	80
<b>SEFPO</b>	139	136	134	134	134	134
<b>ROMCA</b>	29	34	31	31	31	31
<b>Personnel exclus</b>	19	18	19	19	19	19
<b>Gestionnaires</b>	39	39	41	41	41	41
<b>Total</b>	<b>304</b>	<b>307</b>	<b>305</b>	<b>305</b>	<b>305</b>	<b>305</b>

Note : Équivalents temps plein (ETP) comprend tous les membres du personnel permanents et exclut les salariés occasionnels. Nombre total de postes : 334. En tout, 490 personnes (temps plein, temps partiel et salariés occasionnels) travaillent au ROM. En 2015-2016, 1 374 bénévoles ont œuvré au ROM.

Le ROM est un milieu de travail syndiqué. Trois syndicats, dont quatre groupes de négociation, représentent la majorité de nos employés. Le SEFPO représente les employés des catégories professionnelles, techniques et administratives, qui appuient les conservateurs. L'UIES représente les employés travaillant à temps plein et à temps partiel dans les services de sécurité, d'entretien et de nettoyage. ROMCA (Royal Ontario Museum Curatorial Association) représente les commissaires, conservateurs et bibliothécaires.

Pendant l'exercice 2016–2017, le ROM a mené des pourparlers fructueux avec ses quatre unités de négociation, assurant ainsi pour les années à venir la stabilité tant au niveau des relations de travail que de la situation financière. Les employés à temps plein et à temps partiel représentés par le SEFPO, ainsi que ceux qui sont représentés par l'UIES ont signé des conventions collectives de quatre (4) ans, qui expireront le 31 mars 2019. ROMCA (ou « ROM Curatorial Association ») a signé une entente de cinq (5) ans qui restera en vigueur jusqu'au 31 mars 2020. Ces ententes prévoient, pour chaque exercice financier, un rajustement salarial comparable à ce qui est consenti ailleurs dans le même secteur. Le ROM a aussi négocié une modification des clauses relatives au régime de retraite, qui permettra de faire la transition entre le Régime de retraite du ROM et le régime de retraite conjoint (CAAT). Enfin, tous les syndicats ont accepté de faire correspondre les échéances des conventions collectives avec celles de notre exercice financier, ce qui réduira significativement le passif au titre des indemnités de vacances en fin d'année et aidera à planifier les futures négociations. Le rajustement des salaires du personnel non syndiqué a été aussi aligné sur les salaires des syndiqués. Autrement dit, le rajustement des salaires du personnel non syndiqué sera à l'avenir semblable à celui que prévoient les conventions collectives afin de maintenir l'intégrité des échelles salariales entre syndiqués et non syndiqués.

Au cours du prochain exercice financier, le ROM s'est engagé à appliquer les règlements du ministère relatifs aux salaires des dirigeants, tels que décrits par le Cadre de rémunération des cadres supérieurs du secteur public ontarien. L'objectif est de publier le Programme de rémunération des cadres et de s'y conformer pleinement d'ici le 5 septembre 2017.

Le ROM entend finaliser le transfert du régime de retraite du ROM dans le fonds de retraite conjoint (CAAT) d'ici le 1<sup>er</sup> janvier 2017, ce qui éliminera toute question de solvabilité pour le Musée.

# 10 | MESURES DE LA PERFORMANCE

## OBJECTIFS COMMUNS

Pendant l'exercice 2017-2018, des objectifs communs et des stratégies précises guideront la fréquentation du Musée, l'augmentation des revenus, le contrôle des dépenses et la production d'un excédent budgétaire si les provisions pour éventualités ne sont pas utilisées.

LES OBJECTIFS COMMUNS S'INSPIRENT DU PLAN D'ACTIVITÉ POUR L'EXERCICE 2017-2018 :

- ↘ Affluence totale au Musée, revenus et contribution
- ↘ Cibles de fréquentation précises pour les expositions *Du fond des mers : La baleine bleue* et *Vikings*, et cibles concernant la satisfaction des visiteurs
- ↘ Cibles spécifiques pour la fréquentation scolaire
- ↘ Augmentation nette du nombre de membres
- ↘ Numérisation des collections (Phase III du système de gestion des collections)
- ↘ Formulation du plan du Projet d'accueil



# 11 | PLAN FINANCIER

## PLAN DE FONCTIONNEMENT DU ROM

Pendant l'exercice 2017–2018, le ROM aura sans doute atteint l'objectif de fonctionnement prévu, si aucun nouveau risque n'apparaît pendant le deuxième semestre de l'année.

Le ROM prévoit un budget équilibré pour l'exercice 2017–2018.

## FINANCEMENT PUBLIC

Le financement public de l'Ontario pour les activités du Musée pendant l'exercice 2017–2018 devrait rester le même qu'en 2016–2017.

## GOUVERNEURS DU ROM

En cette période de transition à la tête du Conseil des gouverneurs du ROM et de perfectionnement des initiatives futures du ROM, le Conseil compte sur un financement stable en 2017–2018.

En matière de mécénat, la priorité est accordée aux chaires dotées de certains conservateurs, au Projet d'accueil, au Fonds du directeur, à la *Galerie de l'aube de la vie* et à la programmation des Centres de découverte. La réduction de la dette à long terme demeure également une priorité.

## DROITS D'ENTRÉE

Le Musée fait des prévisions raisonnables en matière de fréquentation et de revenus provenant des droits d'entrée en 2017–2018. L'objectif est d'attirer 1,1 million de visiteurs par année en espérant faire encore mieux.

## PRÊT DE L'OOF

Les engagements de rembourser le prêt de l'OOF seront respectés. Pendant l'exercice 2017–2018, le ROM poursuivra ses versements en conformité avec le calendrier de remboursement.



**PLAN PLURIANNUEL 2017-2018**

**SOMMAIRE FINANCIER**

	EF16	EF17	EF18	EF19	EF20
(EN MILLIERS DE DOLLARS)	RÉEL	BUDGET	BUDGET	PROJECTION	PROJECTION
<b>TOTAL DES REVENUS</b>	54 980	57 039	59 440	60 518	61 472
<b>TOTAL DES DÉPENSES</b>	53 684	57 039	59 440	60 518	61 472
<b>ÉVENTUALITÉS</b>		500	950	995	1 024
<b>EXCÉDENT BUDGÉTAIRE (DÉFICIT)</b>	1 296 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$

Notes :

- Subventions affectées et dépenses connexes comprises. Dons en nature et autres postes variés exclus.
- Si les provisions pour éventualités ne sont pas utilisées, le ROM produira un excédent budgétaire.

**EXERCICE 2017-2018**

**PLAN D'INFRASTRUCTURE**

**IMMOBILISATIONS**

RESTAURATION DE L'EXTÉRIEUR – MUR OUEST ET ANNEXE	
REMPLACEMENT DES FENÊTRES DU CENTRE DE CONSERVATION	
AMÉLIORATION DU SYSTÈME CVAC (CHAUFFAGE, VENTILATION ET CLIMATISATION)	
AMÉLIORATION DU SYSTÈME DE CHAUFFAGE HYDRONIQUE	
RÉPARATION DU TOIT – PHASE 4	
COMMUTATEUR DE TRANSFERT AUTOMATIQUE ET RELAIS D'INTERCONNEXION EN CAS D'URGENCE	
AMÉLIORATION DES CAMÉRAS DE TÉLÉVISION EN CIRCUIT FERMÉ – SÉCURITÉ	
ESCALIER DE LA ROTONDE ET RAMPE D'ACCÈS	
AMÉLIORATION DE L'ÉCLAIRAGE DEL	
<b>TOTAL</b>	<b>5 850 000 \$</b>

Notes :

- Le Fonds du Canada pour les espaces culturels a octroyé au ROM 1,6 million de dollars. Pour l'exercice 2018, ces fonds seront alloués au projet de réfection du toit du Centre de conservation.

## 12 | INITIATIVES ENTRAÎNANT LA PARTICIPATION DE TIERS

Pour l'exercice 2017–2018, le ROM ne prévoit présentement aucune initiative stratégique entraînant la participation de tiers, comme d'autres paliers de gouvernement et des fondations à but non lucratif. Cependant, si des occasions se présentent et qu'elles correspondent à la mission et aux objectifs généraux du ROM, le Musée les étudiera avec diligence.

### LIENS AVEC DE TIERCES PARTIES

Nom/Type	Nature des liens	Régi par
Ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport	Gouvernance et financement	Protocole d'entente
Office ontarien de financement	Prêt	Accord
Gouverneurs du ROM	Mécénat	En cours
Druxy's	Opération de la cafétéria	Contrat (expiration : 2023)
Services de traiteur	Événements et mariages	Contrat (expiration : 2023)
Event Network	Opération de la boutique	Contrat (expiration : 2017)
Agence de voyages Egencia	Voyages d'affaires	Contrat (expiration : 2017)
Agence publicitaire BT	Services de publicité	Contrat (expiration : 2018)
Autres fournisseurs	Services, approvisionnement, entretien	Contrat

## 13 | PLAN DE MISE EN ŒUVRE

### GRANDES PRIORITÉS DU MUSÉE POUR 2017–2018

- ↘ Attirer un vaste public aux expositions *Du fond des mers : La baleine bleue et Vikings*, et pour célébrer le 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada, au-delà de notre objectif de 1,1 million de visiteurs.
- ↘ Promouvoir notre recherche et nos collections, et les rendre plus accessibles.
- ↘ Continuer de perfectionner le plan destiné à augmenter le nombre de visites scolaires et remplir la mission éducative du Musée.
- ↘ Mettre en œuvre le plan visant à augmenter le nombre d'adhésions grâce à une stratégie de marketing utilisant les bases de données.
- ↘ Formuler une stratégie d'inclusion pour attirer de nouveaux publics.
- ↘ Continuer de recueillir des fonds pour le Projet d'accueil et la *Galerie de l'aube de la vie*.
- ↘ Accélérer la stratégie numérique pour s'assurer de la pertinence du ROM dans un monde branché et hautement mobile, compte tenu de la féroce concurrence qui se livre pour les ressources des visiteurs.

### LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN STRATÉGIQUE SE POURSUIVRA EN 2017–2018 EN APPUYANT LES SIX OBJECTIFS STRATÉGIQUES DU MUSÉE :

- ↘ Une expérience extraordinaire pour les visiteurs
- ↘ Des Centres de découverte de renommée mondiale
- ↘ Des liens essentiels avec le public
- ↘ Une infrastructure physique et technologique solide
- ↘ La résilience financière
- ↘ Un personnel, une équipe dirigeante et des bénévoles compétents et dévoués

### PROJECTIONS TRIMESTRIELLES ET SUIVI DES PROGRÈS

La haute direction du ROM suit régulièrement les progrès accomplis dans la mise en œuvre du Plan stratégique et les résultats financiers du Musée. De concert avec le Comité des finances du Conseil d'administration du ROM, elle étudie les projections financières détaillées sur une base trimestrielle, afin d'évaluer les progrès réalisés dans la poursuite des objectifs de l'institution. Elle revoit alors les plans de fonctionnement et adopte des mesures d'atténuation des risques en cas de manque à gagner pour s'assurer que le Musée demeure dans les limites des ressources disponibles tout au long de l'exercice.

### PLAN D'APPROVISIONNEMENT

Les pratiques d'approvisionnement du Musée sont conformes aux directives publiées par le Conseil de gestion du gouvernement en 2012. Le Service de l'approvisionnement du ROM a formulé un plan qui consigne tous les achats majeurs prévus par tous les départements et services du Musée pendant l'exercice 2017-2018.



Musée royal de l'Ontario  
100 Queen's Park  
Toronto (Ontario) Canada

Le ROM est un organisme du gouvernement de l'Ontario

Une version française de cette publication est disponible à [rom.on.ca/fr](http://rom.on.ca/fr)  
© 2016, Musée royal de l'Ontario. Tous droits réservés

© 2016, Musée royal de l'Ontario

Tous droits réservés