



Rapport annuel 2021-2022

Office des télécommunications éducatives de langue française de l'Ontario*

*Ci-après nommé « TFO »

21, rue College, bureau 600
Toronto ON M4Y 2M5

C.P. 3005 succursale F
Toronto ON M4Y 2M5

TFO.org

Reconnaissance des territoires autochtones sur lesquels nos bureaux sont situés

Nous reconnaissons le lien sacré de longue date unissant les nations suivantes aux territoires sur lesquels se situent nos bureaux :

- Toronto : terres traditionnelles des Premières Nations huronnes-wendat, des Mississaugas du Crédit et de la Confédération haudenosaunee.
- Ottawa : territoire non cédé de la Nation algonquine Anishinabeg.
- Sudbury : terres traditionnelles des Premières Nations d'Atikameksheng Anishnawbek et de Wahnapiatae.

Nous reconnaissons également les nombreux et divers peuples autochtones, inuits et métis qui vivent et travaillent sur ces territoires et à l'échelle de l'Ontario.

Nous œuvrons à créer des partenariats et du contenu pour refléter la culture et l'histoire autochtones.

Table des matières

Reconnaissance des territoires autochtones	1
Mot du président du conseil d'administration	3
Mot de la directrice générale	4
1. À propos de TFO	6
1.1. Mandat, mission et valeurs	6
1.2. Gouvernance et conseil d'administration	7
1.3. Structure organisationnelle	8
1.4. Équité, diversité et inclusion (EDI) : célébrer la communauté dans toute sa diversité	9
1.5. Plan stratégique 2019-2022	10
2. Aperçu de l'année 2021-2022	11
3. Portrait de l'oeuvre éducative et culturelle du média public franco-ontarien	14
3.1. Apprentissage numérique : un soutien solide et innovant aux élèves	14
3.2. Une programmation innovante : production, acquisition et diffusion de contenus éducatifs et culturels de langue française	15
3.3. L'offre multiplateforme en chiffres	18
3.4. Projets spéciaux et grands rendez-vous	19
4. Prix et distinctions	20
5. Analyse de la performance	21
5.1. Performance opérationnelle	21
5.2. Performance financière	25
Annexe I - Plan stratégique 2022-2025	27
Annexe II - Initiatives majeures 2021-2022	28

Mot du président du conseil d'administration

Tout d'abord, permettez-moi de remercier le personnel de TFO pour sa résilience en cette année exceptionnelle. Ensemble, nos membres du personnel ont trouvé des moyens de remplir un mandat élargi malgré les défis posés au travail et à la vie par cette pandémie.

Le leadership de Michelle Séguin et de sa nouvelle équipe de haute direction a été exemplaire. Ce sont, à notre avis, les leaders dont TFO a besoin pour aller de l'avant.

Le rôle du conseil d'administration de TFO est d'assurer la bonne gouvernance de l'organisme public. Nous travaillons de près avec la direction générale afin d'évaluer l'orientation et la stratégie de l'organisation. De plus, nous aidons à garantir que l'agence gouvernementale soit correctement régie et qu'elle s'acquitte de son mandat dans l'intérêt public.

Au nom de mes collègues du conseil, je remercie les membres sortants Carole Myre et Marie Larose, et ceux dont le mandat se termine à l'été 2022, Denis Claveau et Yannick Lallement. La contribution de TFO à la vie des Franco-Ontariens et Franco-Ontariennes nous permet de recruter une équipe d'administration chevronnée pour assumer le rôle important que nous confie l'Assemblée législative.

Ajoutons que le travail de TFO se fait avec le soutien continu du gouvernement de l'Ontario et du ministère de l'Éducation. Au sein du cabinet ontarien, les ministres Stephen Lecce et Caroline Mulroney, en particulier, nous ont prêté main-forte durant cette dernière année et nous en sommes très reconnaissants.

Nous sommes également impatients d'ajouter de la valeur au travail de TFO et de veiller à ce que notre média public franco-ontarien continue de remplir son mandat essentiel pour la communauté francophone. C'est dans cet esprit que le nouveau plan stratégique de TFO se déploie, en visant trois orientations stratégiques : *créer un environnement de travail engagé et enrichissant, être un bien public pertinent et efficient au service de la communauté et entretenir des relations intégrées et synergiques avec la communauté.*

Je vous souhaite une bonne lecture du rapport annuel 2021-2022!



Jean Lépine
Président du conseil d'administration

Mot de la directrice générale

Étant le seul média francophone public entièrement dédié à la francophonie ontarienne, TFO est un important producteur de contenu éducatif destiné prioritairement à notre communauté. Que ce soit par sa chaîne de télévision ou ses plateformes de diffusion numérique, par l'entremise de la franchise d'information ONFR+, de la plateforme de contenu éducatif IDÉLLO, ou encore de l'application de lecture Boukili, TFO met à la disposition des Franco-Ontariennes, des Franco-Ontariens et des francophiles de l'Ontario des milliers de contenus éducatifs de haute qualité en français. TFO fait vibrer et vivre notre culture et notre expérience d'apprentissage.

L'année 2021-2022 a encore été marquée par la pandémie et par les enjeux d'apprentissage qui en découlent. TFO a donc continué d'agir comme partenaire pour la communauté éducative de l'Ontario, en contribuant à l'enrichissement de l'offre de cours en ligne et à la création de contenu éducatif numérique visant à accompagner les élèves et à soutenir le personnel enseignant.

En plus de ces projets majeurs, de la création et de la mise en chantier de nouveau contenu en 2021-2022, TFO a élaboré un nouveau plan stratégique pour 2022-2025 (Annexe I).

Le nouvel énoncé de mission de TFO m'inspire profondément :

Ancrée dans la communauté francophone de l'Ontario, dans toute sa diversité, et ayant à cœur ses besoins et ses intérêts, Groupe Média TFO offre aux personnes en apprentissage, aux parents et aux pédagogues des contenus éducatifs et culturels d'avant-garde. Par ses activités, il cultive le goût d'apprendre et célèbre le fait français en Ontario et ailleurs.

C'est ce goût d'apprendre en français et de continuer à évoluer dans la langue française que nous souhaitons insuffler à nos publics dès la petite enfance, l'élémentaire, le secondaire, au collège ou dans les universités francophones de l'Ontario, ou tout simplement dans notre vie quotidienne.

Nous voulons éveiller et stimuler ce goût d'apprendre en français, pour permettre à la relève de continuer à s'épanouir en français, aussi bien socialement que professionnellement.

Ce qui nous anime et nous encourage à rester ancrés dans la communauté, c'est notre envie de servir la population franco-ontarienne, d'enrichir nos relations avec la communauté et les conseils scolaires, et de tisser des liens encore plus forts.

Pour finir, c'est avec grande fierté que j'aimerais remercier toutes les équipes de TFO qui, par leur motivation, leur engagement et leur talent, ont contribué et continuent de contribuer au succès de notre organisation. Votre résilience en ces temps difficiles imposés par la pandémie est exemplaire. J'apprécie votre travail; c'est un réel honneur de grandir avec vous au quotidien!

J'aimerais également souligner ici le travail exceptionnel du conseil d'administration. Leurs contributions nous ont permis d'atteindre nos objectifs et de garder le cap sur nos objectifs et notre mission.

Je souhaiterais aussi de remercier Nancy Naylor, sous-ministre, et Denys Giguère, sous-ministre adjoint du ministère de l'Éducation, pour leur soutien, leur dévouement et leur reconnaissance de l'importance de TFO pour le corps enseignant, les élèves, et les parents dans l'éducation francophone et la communauté franco-ontarienne.

Je vous souhaite une excellente lecture de notre rapport annuel!

Michelle Séguin
Directrice générale

1. À propos de TFO

1.1. Mandat, mission et valeurs

Le mandat de l'Office des télécommunications éducatives de la langue française de l'Ontario (OTELFO), ayant le nom commercial enregistré de « Groupe Média TFO » (ci-après « Groupe Média TFO » ou « TFO ») est défini dans la *Loi de 2008 sur l'Office des télécommunications éducatives de langue française de l'Ontario*, L.O. 2008, chap. 10, art. 4 (ci-après, la « Loi OTELFO »).

TFO s'est doté d'un énoncé de mission découlant du plan stratégique 2019-2022 (voir section 1.5.) et de valeurs qui guident l'organisation dans l'atteinte de ses objectifs.

MANDAT

L'Office a pour mandat de faire ce qui suit en tenant compte des intérêts et des besoins de la communauté francophone :

- i. créer, acquérir, produire, distribuer ou exposer des programmes et des documents relevant des domaines de la télédiffusion et de la télécommunication éducatives, ou exercer toute autre activité s'y rapportant;
- ii. se livrer à des recherches dans les domaines se rapportant aux éléments de la mission de l'Office visés au sous-alinéa (i);
- iii. s'acquitter de toute autre fonction concernant la télédiffusion et la télécommunication éducatives que le conseil estime être accessoire ou favorable à la réalisation des éléments visés aux sous-alinéas (i) et (ii);
- iv. créer et administrer des programmes d'enseignement à distance.

MISSION

Groupe Média TFO est un partenaire éducatif et culturel incontournable pour le développement des compétences d'employabilité en français. Il propose aux apprenants de tous âges, aux parents et aux éducateurs des expériences stimulantes et des contenus reconnus, à l'avant-garde de l'apprentissage numérique. Fier de son héritage public, il célèbre le fait français en Ontario et ailleurs.

VALEURS

Respect	Leadership	Créativité et initiative	Innovation	Ambition
---------	------------	--------------------------	------------	----------

L'organisme travaille également à soutenir la consolidation des objectifs de développement sociétal, culturel et communautaire de la communauté francophone, notamment dans le cadre de la *Politique d'aménagement linguistique de l'Ontario* pour l'éducation en langue française.

1.2. Gouvernance et conseil d'administration

L'OTELFO est constituée en société sans capital-actions en vertu de la *Loi OTELFO*, qui exige qu'elle ait un conseil d'administration constitué de neuf membres nommés par décret par le lieutenant-gouverneur en conseil.

Le conseil d'administration (CA) est chargé de la gouvernance générale de TFO. Ses membres se rencontrent régulièrement, au moins quatre fois par année. En 2021-2022, le CA et ses comités se sont réunis 24 fois. Dans l'exercice de ses fonctions relatives à la gouvernance, le conseil fixe des objectifs, veille à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques et établit des orientations stratégiques pour permettre à l'agence de remplir son mandat. Il travaille notamment avec la direction générale et les cadres supérieurs à la réalisation des activités concernant la gouvernance générale et interne. Le CA est soutenu par deux comités permanents : le comité des finances et de la vérification et le comité de gouvernance et de ressources humaines.

Toujours dans le cadre de la bonne gouvernance et du leadership, le CA est sujet à un processus d'évaluation lui permettant de prendre connaissance de ses forces et de ses faiblesses et d'améliorer son efficacité et son rendement.

Jean Lépine

Président (Toronto)

Membre depuis le 25 mars 2021
Fin du mandat : 24 mars 2025
*1-M, 2-M

Carole Myre

Administratrice (Embrun)

Membre depuis le 18 avril 2012
Fin du mandat : 31 décembre 2021
*1-P

Marie Larose

Administratrice (Toronto)

Membre depuis le 27 mai 2015
Fin du mandat : 30 juin 2021
*1-P

Maxim Jean-Louis

Administrateur (Sudbury)

Membre depuis le 14 février 2020
Fin du mandat : 14 février 2023
*1-M

Dominique Giguère

Administratrice (Aylmer)

Membre depuis le 4 mars 2022
Fin du mandat : 3 mars 2024
*1-M

Frédéric Duguay

Administrateur (Toronto)

Membre depuis le 10 mars 2022
Fin du mandat : 9 mars 2024
*2M

Dominique O'Rourke

Vice-présidente (Guelph)

Membre depuis le
31 décembre 2018
Fin du mandat : 14 juillet 2023
*2-P

Denis Claveau

Administrateur (Toronto)

Membre depuis le 2 juillet 2020
Fin du mandat : 1^{er} juillet 2022
*2-M

Yannick Lallement

Administrateur (Toronto)

Membre depuis le 6 août 2020
Fin du mandat : 5 août 2022
*1-M

Julie Lantaigne

Administratrice (Hamilton)

Membre depuis le
10 décembre 2020
Fin du mandat :
9 décembre 2023
*1-M, 2-M

Légende :

*Comités du conseil d'administration

1. Comité de gouvernance et des ressources humaines
2. Comité des finances et vérification

M : Membre

P : Présidence de comité

Rémunération : Le total de la rémunération versée aux membres du Conseil d'administration pendant l'exercice 2021-2022 s'élève à 45 575 \$ (incluant les honoraires de 18 550 \$ payés au président, Jean Lépine).

1.3. Structure organisationnelle

La structure organisationnelle de TFO fait valoir ses priorités stratégiques et ses besoins en matière de fonctionnement et est axée sur des responsabilités fonctionnelles. Elle consiste en six secteurs dirigés par un membre du comité de direction, formé de cadres supérieurs, qui relèvent directement de la direction générale, un poste nommé par décret par le lieutenant-gouverneur en conseil.

DIRECTION GÉNÉRALE

Michelle Séguin
Directrice générale

APPRENTISSAGE NUMÉRIQUE

Julie Caron
Vice-Présidente, continuum d'apprentissage

CONTENUS ET PRODUCTIONS

Claude Sauvé
Vice-Président, contenus et productions

Nadine Dupont
Directrice principale, production TFO

RESSOURCES HUMAINES

Poonam Ramkhelawon Maroam
Directrice principale, ressources humaines

FINANCES ET SERVICES JURIDIQUES

Francis Michaud
Directeur principal, finances et services juridiques

Sylvie Roussel
Conseillère principale juridique

TECHNOLOGIE ET OPÉRATIONS

Regis Harrisson
Directeur principal, technologies et opérations par intérim

COMMUNICATIONS ET MARKETING

Joëlle Drouin
Directrice principale, communications, marketing et relations stratégiques externes

En date du 31 mars 2022

1.4. Équité, diversité et inclusion (EDI) : célébrer la communauté dans toute sa diversité

Que ce soit par ses contenus ou par sa main-d'œuvre, TFO place l'EDI au cœur de ses priorités et de ses méthodes. Depuis longtemps, TFO bénéficie d'une main-d'œuvre francophone très diversifiée et s'assure que les publics se reconnaissent dans son contenu.

Cette année, le conseil d'administration et la direction ont porté une grande attention à la vérité et la réconciliation. Les membres du CA et du comité de direction ont suivi la formation [4 saisons de la réconciliation](#). Celle-ci sera d'ailleurs offerte à l'ensemble du personnel en septembre 2022.

De plus, les équipes clés de la production de ressources pédagogiques ont participé à des ateliers de formation et de sensibilisation. Des experts autochtones ont accompagné la conception et la rédaction des ressources pour les élèves de l'élémentaire et du secondaire.

Durant l'année, TFO célèbre l'EDI dans sa programmation et sur l'ensemble de ses plateformes, par exemple :

MOIS DES PEUPLES AUTOCHTONES — Afin de sensibiliser les jeunes à l'histoire des Peuples autochtones en tout temps, TFO a lancé des éléments de contenu sur sa plateforme IDÉLLO, notamment [Vous l'savez astheure](#) et une [édition spéciale](#) du magazine IDÉLLO. De plus, une sélection de documentaires, de films et de reportages autochtones touchants et engagés ont été mis en ondes en juin pour partager le message de la vérité et de la réconciliation.

MOIS DE LA FIERTÉ — Dans le cadre de la célébration du mois de la Fierté, TFO, en partenariat avec [Massimadi](#), le festival des films et des arts LGBTQ2S+, a réalisé quatre capsules portant, entre autres, sur la représentation LGBTQ2S+ dans les médias, la mise en lumière de la culture et les arts LGBTQ2S+ à travers le monde.

MOIS DE L'HISTOIRE DES NOIRS — Pour rendre hommage aux artisans noirs du cinéma et souligner leur contribution passée et présente, TFO a offert une programmation spéciale composée de films et de documentaires réalisés par des cinéastes noirs pendant toutes les fins de semaine du mois de février.

JOURNÉE INTERNATIONALE DES DROITS DES FEMMES — Pendant une semaine en mars, TFO a mis de l'avant une programmation de cinéma spéciale centrée sur des talents féminins dans le 7^e art. Plus de 25 films par 14 réalisatrices ont été présentés.

1.5. Plan stratégique 2019-2022

VISION

Être reconnu comme un partenaire francophone de choix dans la transformation de l'éducation pour contribuer à rendre l'Ontario et le Canada plus compétitifs à l'ère de la 4^e révolution industrielle.

AXE 1 **Le milieu de l'éducation et la francophonie**

- Amplifier et enrichir les partenariats avec les conseils scolaires et les autres organismes d'éducation dans la mise en œuvre de la Politique d'aménagement linguistique (PAL) pour favoriser le développement de l'identité culturelle franco-ontarienne.
- Mobiliser nos contenus et services pour être un agent propulseur du fait français à l'ensemble de la société en Ontario, au Canada et à l'échelle internationale.

AXE 2 **L'apprentissage des compétences d'employabilité**

- Positionner nos services et contenus pour accompagner plus d'apprenants, d'éducateurs et de parents dans l'apprentissage des compétences d'employabilité.
- Créer des espaces collaboratifs de créativité pour les francophones et les francophiles favorisant l'apprentissage des compétences d'employabilité.

AXE 3 **Pérennité de l'organisation**

- Développer et faire évoluer un nouveau modèle d'affaires performant et pérenne.

2. Aperçu de l'année 2021-2022

L'année 2021-2022 a été mouvementée. Dans un contexte de pandémie, TFO a notamment vécu un changement de leadership et une pénurie de main-d'œuvre exacerbée. Le développement continu d'une nouvelle ligne d'affaires liée au mandat élargi confié par le gouvernement pour l'apprentissage en ligne a également eu un impact significatif sur ses opérations.

De ce fait, certaines des initiatives majeures énumérées dans le [plan d'affaires 2021-2022 à 2023-2024](#) et élaborées dans l'esprit du plan stratégique 2019-2022 ont dû être revues ou repoussées à une année ultérieure. À cet effet, un aperçu des initiatives majeures et des accomplissements se trouve à l'Annexe II.

Malgré ce contexte en mouvance, TFO s'est acquitté de son mandat de créateur de contenu éducatif et s'est penché sur des dossiers importants comme la stabilisation de l'organisation, l'apprentissage en ligne et le renouvellement de ses équipements de production.

STABILISATION DE L'ORGANISATION — En mai 2021, le CA a nommé Michelle Séguin comme directrice générale par intérim. Cette nomination a été confirmée par le gouvernement de l'Ontario par décret en février 2022. Sous ce nouveau leadership, le CA a mis en priorité le leadership, la culture et la stabilisation de la main-d'œuvre.

À cet effet, la direction s'est engagée en 2021 à développer un nouveau plan stratégique pour 2022-2025 qui contient une orientation stratégique axée sur le développement d'un environnement de travail engagé et enrichissant. Comme plusieurs organisations, TFO vit une pénurie de main-d'œuvre francophone importante et a dû composer avec un taux de roulement élevé au sein de son personnel et de ses cadres supérieurs.

Pour mieux comprendre les défis de recrutement et de rétention de la main-d'œuvre et pour alimenter le plan stratégique 2022-2025, un sondage auprès du personnel a été effectué. Sept thématiques ont été identifiées pour créer un environnement de travail stimulant et enrichissant : la gestion de conflits, la gestion du changement, le leadership, la communication et la transparence, la gestion de projet, la culture organisationnelle, ainsi que les rôles et responsabilités. Pour répondre à ces attentes, un plan d'action triennal a été mis en place et plusieurs initiatives ont été lancées. Soulignons notamment la mise en place d'une formation sur la résolution de différends, l'amélioration de l'intégration du nouveau personnel, le lancement d'un programme de leadership et l'amélioration des mécanismes de communication multidirectionnelle avec le personnel.

APPRENTISSAGE EN LIGNE — Suite à la demande du ministère de l'Éducation (EDU) en juillet 2020 « d'améliorer la robustesse du système d'apprentissage en ligne de la province », TFO s'est engagé auprès d'EDU à développer du contenu de haute qualité pour les élèves de l'Ontario par l'entremise d'actions et de projets à déployer principalement en 2022-2023. Notons que le large inventaire de contenu, l'expertise en production interne et les studios de TFO permettent de bonifier la qualité du contenu et l'expérience d'apprentissage en ligne.

Cette nouvelle ligne d'activités, pilotée par le secteur de l'apprentissage numérique, se déploie en cinq volets :

Modules d'apprentissage pour l'élémentaire : TFO a élaboré 50 modules d'apprentissage en ligne pour l'élémentaire de la maternelle-jardin à la 8^e année, couvrant les attentes et le contenu d'apprentissage pour chacune des matières du curriculum de l'élémentaire en Ontario. Ces modules renferment des activités, nommées *Missions d'Élo*, pour l'élève et une fiche pédagogique pour le personnel enseignant. Les modules seront déployés dans les environnements d'apprentissage virtuel (EAV) des conseils scolaires francophones et sur une plateforme conçue par TFO.

Cours en ligne (CELs) pour le secondaire : Afin d'aider les conseils scolaires à répondre à l'exigence des deux crédits en ligne obligatoires pour l'obtention du diplôme, TFO a développé une nouvelle ligne d'activité et a entamé le développement de 16 CELs pour le secondaire, de la 9^e à la 12^e année, qui seront disponibles dans les EAV des conseils scolaires au cours de l'année 2022-2023.

Catalogue des cours en ligne : en collaboration avec TVO, TFO a lancé un [nouveau site](#) pour aider les élèves des écoles secondaires de langue française à prendre des décisions éclairées sur les choix de cours en ligne. Les élèves et les familles profitent ainsi d'une expérience d'utilisateur riche et intuitive pour parcourir un échantillon d'une trentaine de cours, leur donnant ainsi une bonne idée de ce à quoi ressemble l'apprentissage en ligne dirigé par le personnel enseignant de l'Ontario.

Formation professionnelle : Deux programmes de formation professionnelle pour le personnel enseignant, les parents, les tutrices et les tuteurs ont été développés : l'apprentissage hybride et une formation sur le codage. Composés de micromodules axés sur l'interaction, à travers des activités telles que des jeux-questionnaires et des mises en situation, ces formations seront disponibles dans la section « communauté d'apprentissage » des EAV des conseils scolaires francophones ainsi que sur IDÉLLO.

Innovation technopédagogique : Cette année, TFO a commencé à élaborer un prototype de premier jeu sérieux aligné sur les attentes et le contenu du curriculum de chimie en Ontario. L'objectif du jeu est de soutenir l'apprentissage de concepts

complexes en chimie moléculaire au niveau secondaire (11^e et 12^e années). Par une expérience immersive, ce jeu vidéo éducatif emmène l'élève dans un environnement virtuel imaginaire. Les défis reposent sur des situations réalistes reliées à des enjeux comme les changements climatiques. Les défis intègrent aussi les perspectives autochtones.

RENOUVELLEMENT DES ÉQUIPEMENTS DE PRODUCTION — Notons également que TFO a fait d'importants investissements pour moderniser ses équipements, afin de veiller à la qualité de son contenu éducatif. Les installations et les caméras de studio dataient de 2008 et avaient dépassé leur durée de vie prévue, ce qui représentait un risque pour les projets en cours. Le renouvellement des équipements de production a permis à TFO d'atteindre les nouvelles normes dans les médias, notamment en ce qui a trait à l'ultra haute définition (UHD).

Les nouveaux équipements sont en place et les équipes sont formées, ce qui a permis aux équipes de production d'utiliser les nouveaux équipements dès mai 2022.

En somme, en plus de se pencher sur ces trois grands dossiers et sur l'élaboration de son nouveau plan stratégique, TFO a poursuivi son rôle de partenaire pour EDU et a mis en œuvre le mandat qui lui a été confié, en mettant à la disposition de la communauté franco-ontarienne des milliers d'éléments de contenu éducatifs.

3. Portrait de l'œuvre éducative et culturelle du média public franco-ontarien

Cette année encore, TFO a accompli le mandat conféré par le ministère de l'Éducation en mettant de l'avant des gestes concrets pour assurer « *la diffusion de contenus éducatifs, culturels et multimédias de qualité aux 12 conseils scolaires de langue française et à la communauté franco-ontarienne dans son ensemble...* »¹

3.1. Apprentissage numérique : un soutien aux élèves solide et innovant

Afin de soutenir les élèves, les professionnels de l'éducation et les familles dans leur apprentissage, TFO développe une offre d'outils, de services et de contenu éducatif de haute qualité.

IDÉLLO — À travers sa plateforme d'apprentissage numérique IDÉLLO, TFO a pour mandat principal de desservir gratuitement les 12 conseils scolaires francophones de l'Ontario.

En plus de mettre à la disposition des professionnels de l'éducation plus de 17 000 ressources sur IDÉLLO, TFO publie un webzine mensuel et offre une série de webinaires et de formations en ligne. Avec un taux de satisfaction de 82,5 %, IDÉLLO est un outil éducatif important pour plus de 561 000 utilisateurs en 2021-2022.

La plateforme offre aussi des outils qui soutiennent l'apprentissage du français pour les 60 conseils scolaires anglophones de l'Ontario. IDÉLLO est également utilisé à l'extérieur de l'Ontario grâce à des ententes provinciales avec le Manitoba, la Saskatchewan, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse ainsi qu'au Québec à travers des ententes avec plusieurs commissions scolaires.

Nouveau contenu — TFO a développé de nouveaux espaces et lancé 2 000 nouveaux éléments de contenu sur IDÉLLO sous forme de vidéos, de balados, de fichiers audio, de textes ou de livres numériques.² En plus des trousseaux pédagogiques développées sur mesure à l'interne pour le personnel éducatif, l'offre de contenu est également bonifiée par l'entremise de 29 [partenariats de contenu](#).

¹ L'honorable Stephen Lecce, Lettre de mandat, TFO, ministère de l'Éducation de l'Ontario, 23 novembre 2020.

² Un aperçu du nouveau contenu produit et coproduit par TFO et diffusé sur la plateforme se trouve dans le tableau de la page 12.

Cette année, trois nouveaux espaces éducatifs ont été lancés sur la plateforme :

- [Ma première rentrée](#) : Renseignements et astuces inspirés par le curriculum de l'Ontario pour préparer les enfants à leur première rentrée.
- [Français @ home](#) : 60 fiches d'activité à l'intention des parents d'enfants en français de base. Ce projet a été financé par la subvention FLS du ministère de l'Éducation de l'Ontario.
- [En français, c'est chouette](#) : Produite grâce au soutien du gouvernement du Manitoba, cette trousse pédagogique numérique offre une large sélection de contenus abordant la littératie, la numératie et la construction identitaire des jeunes franco-manitobaines et franco-manitobains.

BOUKILI — L'application de lecture de TFO offrant une expérience immersive, interactive et éducative aux enfants de 4 ans et plus a encore grandi cette année. L'application gratuite destinée aux francophones et à une clientèle en immersion française ou de français langue seconde (FLS) contient maintenant plus de 149 livres illustrés répartis sur six niveaux de lecture, ainsi que 90 jeux créés par TFO. En plus des parents, Boukili est maintenant adaptée pour le personnel enseignant.

En 2021-2022, 34 000 nouveaux comptes parents-enseignants ont été créés. L'application cumule maintenant plus de 8,7 millions de livres lus, dont près de 4 millions de lectures enregistrées en 2021-2022.

3.2. Une programmation innovante : production, acquisition et diffusion de contenus éducatifs et culturels de langue française

Le développement et la diffusion d'un contenu éducatif et culturel sont le moteur au cœur des opérations de TFO. Soucieux d'enrichir l'offre de programmation sur ses différentes plateformes, TFO vise à toucher et à rejoindre les apprenants de tous âges au moment et de la manière qui leur conviennent le mieux.

Tout en répondant aux attentes du ministère de l'Éducation de l'Ontario (EDU) et aux exigences réglementaires du [Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes \(CRTC\)](#) découlant de sa licence de télédiffuseur éducatif canadien, TFO s'efforce de combler les besoins particuliers de l'auditoire franco-ontarien. TFO bénéficie également du soutien du [Fonds des médias du Canada \(FMC\)](#), tant pour ses productions maison que pour ses coproductions, ce qui contribue significativement au développement de cette industrie en Ontario.

De plus, par l'entremise des productions maison et des coproductions réalisées presque exclusivement avec des producteurs indépendants de l'Ontario et de la francophonie canadienne hors Québec, TFO contribue de façon significative à

l'économie ontarienne et au développement de contenu éducatif en français à l'échelle canadienne.

PRODUCTION TFO — Production TFO est une équipe interne qui conceptualise, écrit, réalise et produit du contenu original franco-ontarien afin de pallier la rareté de contenu éducatif en français. En plus de contribuer à l'œuvre culturelle et éducative de l'Ontario français, le contenu produit par TFO donne une valeur ajoutée à l'offre multiplateforme du média public franco-ontarien. En 2021-2022, TFO a entamé le développement de 21 nouvelles séries et a diffusé pour la première fois 13 nouvelles productions maison représentant plus de 1 000 capsules ou épisodes.

COPRODUCTIONS — Les coproductions sont du contenu externe financé en partie par TFO et par l'entremise du *Programme des enveloppes de rendement* du FMC et d'autres fonds canadiens. À titre de coproducteur, TFO est impliqué dans le suivi créatif des séries et agit à titre de diffuseur ou co-diffuseur du contenu produit. En 2021-2022, TFO a remis 2,1 M\$ à des producteurs canadiens, dont 84 % en Ontario, et a diffusé neuf nouveaux projets coproduits.

ACQUISITIONS — Afin de bonifier son offre, TFO fait l'acquisition de contenu enfance, jeunesse et adulte. Les acquisitions permettent d'accéder à du contenu de renommée internationale et assurent une reconnaissance dans l'industrie plus grande pour TFO. TFO a notamment un auditoire important de cinéphiles pour sa programmation cinéma diffusée en soirée, avec une moyenne de 2 169 auditeurs et auditrices par minute en 2021-2022, selon les données Numéris.

ONFR+ — ONFR+ est la plateforme d'information numérique de TFO qui s'adresse aux francophones de l'Ontario en trois rubriques : actualité, société et culture. L'équipe journalistique décortique l'actualité francophone à Queen's Park, sur la Colline du Parlement et partout en Ontario français. Au-delà des manchettes, ONFR+ creuse les dossiers de société qui touchent les francophones, raconte leurs histoires et présente des artistes et leur univers.

En 2021-2022, 342 000 personnes, majoritairement de l'Ontario et du Québec, ont consulté le contenu d'ONFR+. Près de 2 000 articles ont été publiés tout au long de l'année dans les différentes rubriques. Parmi le contenu qui s'est démarqué, on retrouve le dossier multimédia *Au pied du mur*, au sujet de la crise du logement en Ontario, qui a totalisé 132 000 visionnements, ainsi que le documentaire *STUCK*, qui témoigne de la vie de huit artistes franco-ontariens pendant un an de pandémie, qui a réuni en moyenne 1 853 personnes par minute.

APERÇUS DES CRÉATIONS — Que ce soit par sa chaîne de télévision ou par TFO.org à travers la programmation de **MiniTFO (2 à 8 ans)**, **FlipTFO (9 à 12 ans)**, **PlusTFO (adulte)** par la franchise d'information **ONFR+** ou par la plateforme de contenu éducatif **IDÉLLO**, TFO a partagé des milliers d'éléments de contenu éducatif avec la communauté. Voici un portrait des créations lancées et diffusées pour la première fois en 2021-2022.

Série, émission, projet	Type	Diffusion	Crédits	Provenance
16 Hudson 2	Coproduction	TFO, IDÉLLO	Big Bad Boo Studios , FMC, Fonds Shaw-Rocket	Colombie-Britannique
Adjectifs en tout genre	Production maison	TFO, IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
Apprendre autrement	Coproduction	TFO, IDÉLLO	Bellefeuille Production , FMC	Nouveau-Brunswick
Au pied du mur	Production maison	TFO, ONFR+	Production TFO	Franco-ontarien
Ce n'est pas de la magie... c'est de la science!	Production maison	TFO, IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
Chez nous, au Canada	Production maison	TFO, IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
Dépenser = Penser	Production maison	IDÉLLO	Production TFO	Franco-ontarien
Grands mots, petites histoires	Coproduction	TFO, IDÉLLO	Big Jump Productions , FMC	Franco-ontarien
In-génie	Coproduction	TFO, IDÉLLO	Orbite Media Inc., FMC	Franco-ontarien
La roue des métiers	Production maison	TFO, IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
Les Glowbies	Coproduction	TFO, IDÉLLO	Gallus Entertainment Inc.	Ontario
Les Métis : Notre culture, nos histoires - 2	Coproduction	TFO, IDÉLLO	ATO media	Franco-ontarien
Les mimistoires	Coproduction	TFO, IDÉLLO	Productions Maki Media , FMC	Québec
Les sports imaginaires	Production maison	TFO, IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
Petite bouchée du monde	Coproduction	TFO, IDÉLLO	ATO Media Inc. , FMC	Franco-ontarien
Savais-tu que... Les animaux canadiens	Production maison	TFO, IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
Savais-tu que... L'évolution de la technologie	Production maison	TFO, IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
STUCK	Production maison	TFO, ONFR+	Production TFO	Franco-ontarien
Théâtre en balado	Production maison	IDÉLLO	Production TFO, FMC	Franco-ontarien
Tout pour la musique 2020	Coproduction	TFO	Les Productions Rivard	Manitoba

3.3. L'offre multiplateforme en chiffres

TFO, essentiel à la vitalité culturelle et économique de la francophonie en Ontario.

2 500 nouveaux éléments de contenu disponibles pour les francophones et francophiles de l'Ontario	31 projets et partenariats avec la communauté
	84 % des dépenses en production, en coproduction et en acquisition effectuées en Ontario

TFO, un des plus grands producteurs et diffuseurs de contenu éducatif et culturel de l'Ontario français.

YouTube 33,4 M de visionnements	TFO.org 2,1 M sessions	
89 000 abonnements	1,5 M utilisateurs et utilisatrices	
IDÉLLO.org 1 M de sessions	onfr.TFO.org 457 000 sessions	Boukili (application) 3,9 M livres lus
561 000 utilisateurs et utilisatrices	342 000 utilisateurs et utilisatrices	122 000 téléchargements
12 000 téléchargements (applications)	636 000 articles lus	3,6/5 en évaluation moyenne (Apple Store et Google Play)
	groupemediaTFO.org 27 595 sessions	Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) 56,9 M d'impressions
	25 496 utilisateurs et utilisatrices	4 359 en portée moyenne par publication
		1,3 M d'engagements
		182 000 abonnements

3.4. Projets spéciaux et grands rendez-vous

Pendant la pandémie, la sécurité et la prudence étaient de vigueur. C'est donc dans ce climat sécuritaire que TFO s'est voué à sa mission de média rassembleur et de partenaire de la communauté. Motivée par ces valeurs, la scène franco-ontarienne a continué de vibrer grâce à des rendez-vous incontournables faisant briller son œuvre éducative et culturelle.

JOUR DES FRANCO-ONTARIENS ET DES FRANCO-ONTARIENNES — À l'occasion de la Journée des Franco-Ontariens et des Franco-Ontariennes 2021, TFO était fier partenaire d'*Encore ensemble*, une initiative des conseils scolaires et de tout le réseau scolaire francophone de l'Ontario, en collaboration avec plusieurs partenaires dont L'écho d'un peuple, la Fédération de la jeunesse franco-ontarienne, l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario, Le Réveil, le Concours LOL Mort de rire Desjardins, le Festival franco-ontarien, le Collège La Cité et le ministère de l'Éducation de l'Ontario. Alliant concerts et spectacles d'humour, cette célébration virtuelle offrait une programmation riche au personnel scolaire et aux familles, dont une série de capsules vidéos de TFO (Flip t'explique) disponibles sur la plateforme [MonDrapeauFranco.ca](https://www.monDrapeauFranco.ca).

Prix IDÉLLO — Les Prix IDÉLLO honorent le travail remarquable, la passion et le sens de l'innovation de la communauté éducative francophone et francophile au Canada. Tout en célébrant la richesse et l'importance de la culture francophone à travers le pays, le [Gala des Prix IDÉLLO 2021](#) a permis de reconnaître quatre personnes exceptionnelles. Parmi les nombreuses candidatures reçues, ces enseignantes et enseignants, éducatrices et éducateurs se sont démarqués par leur dévouement hors du commun, leur créativité sans limites et leur engagement exceptionnel envers la jeunesse de ce pays.

4. Prix et distinctions

Prix

PRIX JUDITH JASMIN 2021

Catégorie : Locale et régionale
Nomination : ONFR+, Il y a 50 ans, la crise de Sturgeon Falls
Réalisatrice et équipe de production : Andréanne Baribeau (réalisatrice), Éric Bachand (collaboration à la réalisation) et Jacques-Normand Sauvé (recherche)

COMMUNICATOR AWARDS EXCELLENCE (mai 2021)

Catégorie : Individual-Technology for Online Video
Nomination : Fall in LUV

Nominations et distinctions

2021 KIDSCREEN AWARDS

Catégorie : Best On-Air Host
Nomination : Pascal Boyer - FLIP, l'algorithme et FLIPPONS
Productrice : Fabienne L'Abbé

Catégorie : Best Mixed-Media Series
Nomination : FLIP, l'algorithme
Productrice : Fabienne L'Abbé

Catégorie : Best One-Off, Special or TV Movie
Nomination : FLIPPONS 2019
Productrice : Fabienne L'Abbé

Catégorie : Best Mixed-Media Series
Nomination : Mini Yoga saison 2
Productrice : Renée Paradis

Catégorie : Best New Series
Nomination : La vie compliquée de Léa Olivier
Producteur : Slalom/TFO

PRIX GÉMEAUX 2021

Catégorie : meilleure émission ou série jeunesse : divertissement
Nomination : FLIPPONS 2020
Productrice : Fabienne L'Abbé

Catégorie : meilleurs maquillages/coiffures : humour, variétés toutes catégories
Nomination : FLIPPONS 2019
Productrice : Fabienne L'Abbé

Catégorie : meilleure animation pour une émission ou série produite pour les médias numériques : jeunesse
Nomination : FLIPFEST
Animateur : Pascal Boyer

Catégorie : meilleure animation pour une émission ou série produite pour les médias numériques : jeunesse
Nomination : MINI YOGA - SAISON 2 « Épisode 12 - La Gerboise en Chine »
Animatrice : Josée LeBlanc

Catégorie : meilleure émission ou série jeunesse fiction : 12 ans et moins
Nomination : Les Sapiens - saison 2
Producteurs : Pixcom/TFO

5. Analyse de la performance

Pour compléter ce qui a été présenté précédemment en ce qui a trait à la performance des différentes lignes d'affaires et projets de TFO, la prochaine section dresse un portrait global de la performance opérationnelle et financière à la lumière des principaux éléments du mandat confié à TFO et les mesures entreprises pour leur mise en œuvre.

5.1. Performance opérationnelle

COTE DE PERFORMANCE — Afin de demeurer une agence gouvernementale performante, TFO procède chaque année à l'évaluation de sa cote de performance basée sur des indicateurs rassemblés sous quatre thématiques, soit la santé organisationnelle, les processus internes, la clientèle et les finances.

Thématiques	Indicateurs	Statut
Santé organisationnelle	Taux de roulement	●
	Moyenne du nombre de jours d'absence par membre du personnel (maladie à court terme)	●
Processus internes	Qualité des données dans le progiciel de gestion et de diffusion de contenu Louise©	●
	Respect de la réglementation du CRTC	●
	Respect des exigences de diffusion en matière d'accessibilité	●
	Respect des exigences de diffusion en matière de pourcentage de contenu canadien	●
	Taux entre le nombre d'appels d'offres et le nombre d'exemptions demandées pour fournisseur unique	●
Clientèle	Taux de notoriété assistée ³	●
	Taux de satisfaction des partenaires sur l'impact des projets en faveur de la mise en œuvre de la politique d'aménagement linguistique	●
	Taux de satisfaction des utilisateurs de la plateforme IDÉLLO	●
	Pourcentage de nos produits et services dont le contenu aborde au moins une des sept compétences d'employabilité	●
Finances	Budget équilibré	●
	Apports reportés encadrés	●
	Pourcentage des dépenses attribuées à l'administration	●
	Limite de la baisse des revenus d'abonnements câblodistributeurs	●

Légende : ● Niveau III - Haut (+90 % de l'objectif) ● Niveau I - Bas (0-50 % de l'objectif)
 ● Niveau II - Modéré (51-89 % de l'objectif)

³ Le pourcentage de personnes qui disent connaître une marque présentée dans une liste ou citée par l'enquêteur.

De façon générale, TFO a obtenu en 2021-2022 une cote de niveau III, soit le niveau le plus élevé. Mentionnons entre autres :

- une amélioration significative de ses processus internes;
- l'amélioration de la santé organisationnelle par une diminution significative du nombre moyen de jours d'absence par membre du personnel : 3,6 jours au lieu de 5,9 jours, soit une baisse de près de 40 % par rapport à l'an passé;
- un taux de satisfaction de la clientèle et des partenaires de plus de 82 % en ce qui concerne ses produits et projets pour l'apprentissage.

En ce qui concerne les indicateurs qui ont obtenu une cote de niveau I, soit la cote la plus basse, voici les facteurs qui expliquent ce résultat ainsi que les mesures d'atténuation que TFO compte mettre en place pour améliorer le résultat :

- **Taux de roulement** : comme l'ensemble des organisations et entreprises en Ontario, TFO fait face à un marché du travail extrêmement actif et compétitif, avec une faible marge de manœuvre pour réduire drastiquement son taux de roulement volontaire. Afin de limiter ces effets, TFO a renouvelé son offre d'employeur, en l'accompagnant d'un plan d'action en faveur de la rétention du personnel qui débutera en 2022-2023. Les principales mesures adoptées sont l'optimisation du processus d'intégration, un programme d'accompagnement et de formation, ainsi qu'une politique en faveur du travail hybride.
- **Limite de la baisse des revenus d'abonnements câblodistributeurs** : malgré le travail entrepris depuis deux ans chez les entreprises de câblodistribution pour augmenter la notoriété de la chaîne, TFO enregistre pour l'année 2021-2022 une baisse importante du nombre d'abonnements, c'est-à-dire une baisse de revenus liés aux abonnements. Toutefois, TFO constate une stabilisation de ses audiences, voire une tendance à la hausse pour l'année 2022-2023, grâce à la nouvelle stratégie de programmation lancée à l'automne 2021 et appuyée par une stratégie marketing basée sur le contenu.

Dans le cadre de son nouveau plan stratégique, TFO a développé une stratégie globale en faveur de son rayonnement, par la mise en avant de la marque dédiée TFO, par le déploiement d'une offre par contournement, y compris la refonte de ses plateformes numériques, par la pérennisation de ses applications éducatives et par la reprise de ses activités en personne auprès du milieu de l'éducation et de la communauté francophone.

SECTEURS ADMINISTRATIFS — Voici un aperçu des secteurs et de leurs initiatives majeures cette année.

Services financiers et juridiques : La direction des services financiers, juridiques et de l'approvisionnement veille à la planification financière et aux rapports financiers, à la comptabilité, à la paie, à l'approvisionnement (y compris la supervision de la gestion des fournisseurs) et à la gestion des installations. Elle supervise la gestion globale des risques et l'évaluation des programmes. Dans son mandat, la direction s'assure que les droits d'auteurs sont respectés et que l'organisation respecte les lois, réglementations, directives et politiques applicables :

- Amélioration et maintien d'un système de contrôles internes qui soutient l'intégrité et la fiabilité des rapports financiers
- Soutien du projet d'apprentissage en ligne avec EDU pour établir les budgets et produire les rapports financiers
- Surveillance de la conformité aux lois et aux directives du gouvernement de l'Ontario

Ressources humaines : La direction des ressources humaines est chargée d'appuyer l'orientation stratégique visant à donner la priorité aux personnes. Cela englobe le cycle complet des services opérationnels des ressources humaines, le bien-être, la mobilisation du personnel, l'encadrement, les relations patronales-syndicales, la gestion des talents et la planification de la relève, ainsi que la formation interne et externe. Cette direction veille à ce que le programme de perfectionnement de TFO réponde aux besoins du personnel en termes de mentorat, d'encadrement et de planification de la relève.

- Amélioration de la santé organisationnelle
- Amélioration des relations avec les syndicats et signature de nouvelles conventions collectives avec les syndicats GCM et UNIFOR
- Soutien au projet d'apprentissage en ligne par l'embauche de 130 personnes à contrat temporaire afin de respecter les engagements liés aux livrables

Technologie et opérations : Le secteur technologie et opérations (TO) fournit des conseils stratégiques et de la technologie pour appuyer les piliers stratégiques. Ce secteur supervise les investissements dans la technologie de l'information et facilite l'interaction et la mobilisation des personnes et des entreprises au sein de l'organisme. Elle supervise notamment la gestion, la gouvernance et l'analyse des données, l'optimisation des processus et des activités, la cybersécurité et la performance des outils technologiques.

- Analyse complète de la conformité du contenu dans le progiciel de gestion et de diffusion de contenu *Louise@* afin d'effectuer une vérification des droits d'auteurs et des exigences liées à la diffusion de contenu canadien
- Déploiement des nouveaux équipements de production

- Plan de cybersécurité et campagne de sensibilisation du personnel aux enjeux liés à la cybersécurité

Communications, marketing et relations externes stratégiques : Le secteur des communications, du marketing et des relations externes stratégiques se charge de la promotion des initiatives éducatives, des projets, du contenu acquis, produit et diffusé par TFO, en plus de veiller à créer et entretenir des liens avec les communautés franco-ontariennes. Ce secteur soutient la connaissance des publics, agissant comme gardien de la voix et de l'image de marque, et s'assure que toutes les communications soient alignées avec les objectifs stratégiques de l'organisation et avec les aspirations de la communauté franco-ontarienne.

- Recherche et analyse sur les nouveaux marchés de cours en ligne afin d'accroître la connaissance et la compréhension de ses publics, tout en accompagnant le secteur de l'apprentissage numérique dans le déploiement de nouvelles initiatives
- Révision de la stratégie de promotion de la chaîne TFO qui place le contenu au cœur des campagnes
- Soutien accru aux communications internes et externes liées à la pandémie

5.2. Performance financière

TFO dispose de trois sources de financement : les subventions de fonctionnement du ministère de l'Éducation de l'Ontario (EDU), le financement du gouvernement du Canada par le Fonds des médias canadien (FMC) et par l'entente Canada-Ontario, ainsi que les fonds autogénérés.

En 2021-2022, TFO a reçu 48,29 M\$ du gouvernement de l'Ontario :

Financement	Détails	Montant
Fonctionnement	Le financement de fonctionnement demeure le même depuis 2018.	30,89 M\$ ⁴
Ponctuel	Pour la production de contenus d'apprentissage en ligne (voir section 2).	14 M\$ ⁵
Projets	Pour les projets de français langue seconde.	0,8 M\$
Entente Canada-Ontario	Le financement reçu par le <i>Protocole d'entente relatif à l'enseignement de la langue de la minorité et à l'enseignement de la langue seconde</i> est resté le même ⁶ .	2,6 M\$

De son côté, l'enveloppe du FMC a augmenté de 44 % par rapport à l'année précédente. TFO a donc bénéficié d'un financement de 0,9 M\$ du FMC pour la production de contenu éducatif et culturel. Cette augmentation est reliée aux efforts du secteur de contenu et de production faisant appel à des producteurs ontariens et hors Québec.

Ajoutons que TFO cherche continuellement des moyens de générer d'autres revenus⁷ afin de remplir son objectif d'assurer la pérennité de l'organisation. Cette année, les revenus autogénérés sont passés de 3,2 M\$ à 2,1 M\$ par rapport à l'année dernière, soit une réduction de 34 %. Cette baisse est attribuée à la baisse des abonnements au câble au Canada, qui se traduit par une perte de revenus de 0,2 M\$ des câblodistributeurs pour le média public franco-ontarien. De plus, TFO a enregistré une baisse de revenus de 0,9 M\$ relative aux ventes de services, soit une réduction de 50 % par rapport à l'année précédente. Ceci s'explique par l'interruption des services de production externe, d'une part à cause de la pandémie et, d'autre part, à cause de l'utilisation d'espaces à l'interne pour la production des cours en ligne.

⁴ Voir la note 15 des états financiers.

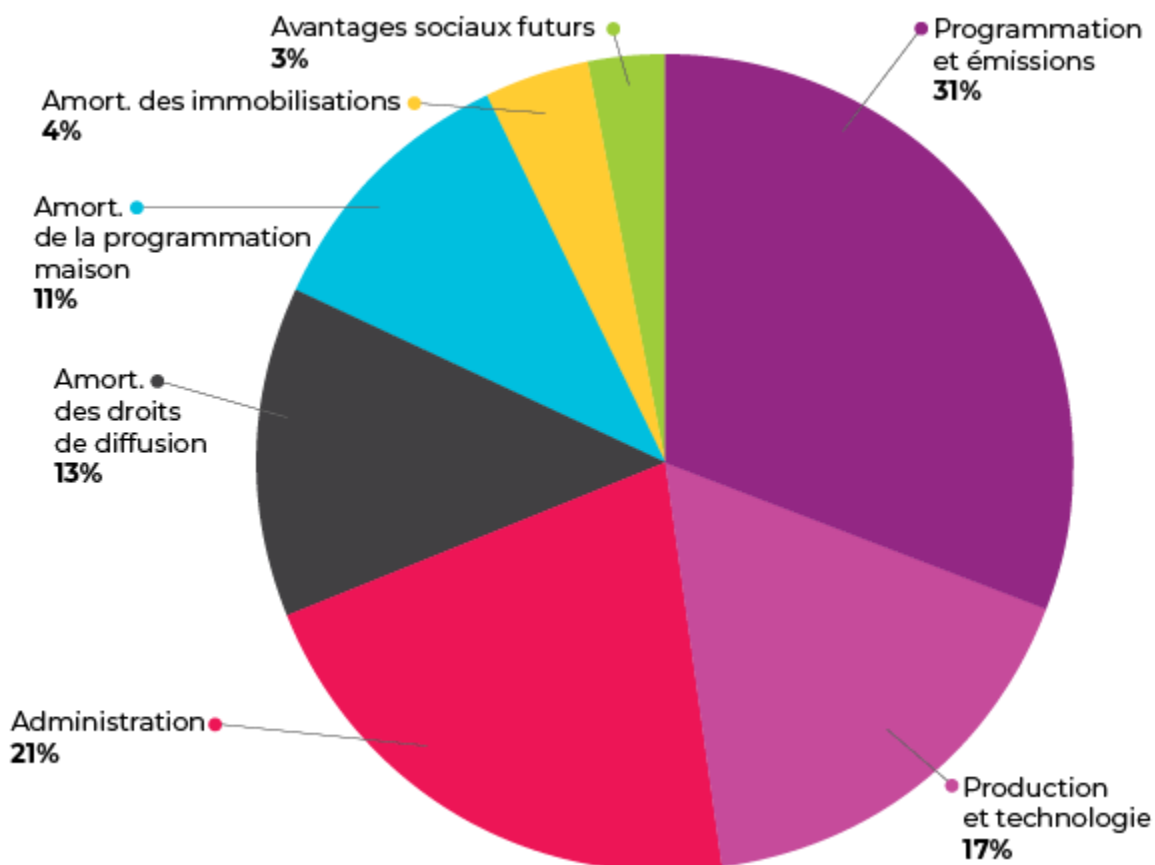
⁵ Voir la note 16 des états financiers.

⁶ Voir la note 17 des états financiers.

⁷ Voir la note 18 des états financiers.

Finalement, les dépenses pour 2021-2022 étaient de 51,9 M\$. Les charges ponctuelles significatives de cette année sont attribuables au dossier des cours en ligne, qui s'élèvent à 13,6 M\$.

Charges et dépenses opérationnelles



Avantages sociaux futurs	3 %
Amort. des immobilisations	4 %
Amort. de la programmation maison	11 %
Amort. des droits de diffusion	13 %
Administration	21 %
Programmation et émissions	31 %
Production et technologie	17 %

Les états financiers vérifiés au 31 mars 2022 se trouvent en Annexe du présent rapport. Ils présentent les résultats de l'année et sont préparés selon les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif du secteur public. Les états financiers ont été vérifiés par la firme Marcil-Lavallée et leur rapport est sans réserve.

Annexe I - Plan stratégique 2022-2025

Voici la version abrégée du plan stratégique élaboré en 2021-2022 et lancé le 1^{er} avril 2022. La version complète est disponible ici :

eclairerdemain.groupemediaTFO.org

MISSION

Ancré dans la communauté francophone de l'Ontario dans toute sa diversité et ayant à cœur ses besoins et ses intérêts, Groupe Média TFO offre aux personnes en apprentissage, aux parents et aux pédagogues des contenus éducatifs et culturels d'avant-garde. Par ses activités, il cultive le goût d'apprendre et célèbre le fait français en Ontario et ailleurs.

VISION

Évoluant dans un environnement créatif et stimulant, l'équipe du Groupe Média TFO crée une œuvre éducative et culturelle inclusive, essentielle à la vitalité de la francophonie en Ontario.

ORIENTATION 1 Un environnement de travail engagé et enrichissant	ORIENTATION 2 Un bien public⁸ pertinent et efficient	ORIENTATION 3 Des relations intégrées et synergiques
<ul style="list-style-type: none">● Cultiver un leadership inspirant.● Élaborer une « expérience employé.e » engageante et valorisante.● Créer une culture de communications internes ouvertes et multidirectionnelles.	<ul style="list-style-type: none">● Faire évoluer notre offre auprès de tous nos publics pour en maximiser la pertinence et la performance.● En partenariat avec les conseils scolaires, concevoir et mettre en œuvre un écosystème provincial d'apprentissage en ligne engageant et renouvelé.● Accroître et modeler notre capacité opérationnelle pour atteindre nos objectifs.	<ul style="list-style-type: none">● Coconstruire des relations enrichissantes avec les partenaires éducatifs, culturels et communautaires.● Optimiser nos relations gouvernementales et réglementaires.

⁸ Définit la volonté de Groupe Média TFO, en tant qu'agence gouvernementale, de contribuer tous les jours au cheminement de vie de la communauté francophone de l'Ontario, et permet l'appropriation des contenus et services de TFO par cette dernière.

Annexe II - Initiatives majeures 2021-2022

Les initiatives majeures pour 2021-2022 sont énumérées dans le [plan d'affaires 2021-2022 à 2023-2024](#). Cette annexe rend compte de ces initiatives.

Poursuivre l'enrichissement des relations et partenariats avec les communautés éducatives

Initiatives planifiées	Accomplissements
<ul style="list-style-type: none"> Pérenniser le contenu et les activités soutenant la continuité des apprentissages à la maison tels que les webinaires enfants et parents, la programmation ciblée et le contenu d'accompagnement éducatif, principalement pour la plateforme IDÉLLO. 	<ul style="list-style-type: none"> TFO a étendu son offre de contenu éducatif sur IDÉLLO en développant 29 partenariats stratégiques avec des organisations comme Wapikoni et Science Nord, qui lui ont permis d'ajouter plus de 350 ressources éducatives, tout en appuyant la mise en œuvre de la Politique d'aménagement linguistique de l'Ontario, favorisant ainsi le développement de l'identité culturelle franco-ontarienne.
<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre la mise en œuvre du partenariat avec La Cité, l'Université de l'Ontario français (UOF) et Cadre 21 concernant des programmes de développement professionnel en enseignement : développer des formations en ligne qui correspondent aux enjeux prioritaires auxquels font face le personnel enseignant des écoles de langue française de l'Ontario. 	<ul style="list-style-type: none"> La collaboration académique entre TFO et l'UOF s'est faite à travers un partenariat avec le Collège La Cité concernant des programmes de développement professionnel en enseignement. Un financement a été accordé et ce travail sera effectué en 2022-2023.
<ul style="list-style-type: none"> Poursuivre les projets développés dans le cadre d'espaces collaboratifs de créativité ou de partenariats avec les conseils scolaires et organismes d'éducation. 	<ul style="list-style-type: none"> Les espaces collaboratifs de créativité sont en suspens depuis le début de la pandémie de COVID-19.

Repositionner la stratégie de production et de distribution des contenus

Initiatives planifiées	Accomplissements
<ul style="list-style-type: none"> Activer la stratégie de distribution omnicanale axée sur le client qui, grâce aux données récoltées par la veille économique, permet à TFO de propulser ses contenus à travers des canaux de distribution interconnectés : mettre le bon contenu sur la bonne plateforme au bon moment en fonction des publics visés. 	<ul style="list-style-type: none"> Révision des personas des publics de chaque plateforme de diffusion afin de réorienter la stratégie de programmation. La stratégie de distribution sera élaborée en 2022-2023. La refonte du site TFO.org aura lieu en 2022-2023. Cette refonte aidera à mettre en œuvre une distribution qui rendra notre contenu plus accessible à nos publics cibles.

<ul style="list-style-type: none"> ● Actualiser la stratégie de contenu : <ul style="list-style-type: none"> ○ Poursuivre la production, la coproduction et l'acquisition de contenu pour l'apprentissage des compétences d'employabilité. ○ Poursuivre la nouvelle stratégie pour les jeunes de 13 ans et plus. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cette stratégie est actualisée dans toutes nos productions maison, coproductions et acquisitions de contenus. ● Du contenu pour les jeunes de 13 ans et plus est en production ou en cours d'acquisition pour 2022-2023 (par exemple, <i>Échec et moi</i>, une production TFO).
<ul style="list-style-type: none"> ● Finaliser la refonte de la production (en lien avec la nouvelle stratégie de vente et l'optimisation des coûts de la grille de programmation). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Analyse de la valeur du contenu produit par TFO et du marché potentiel pour les ventes de ce contenu.

Création, administration et coordination des programmes d'enseignement à distance en langue française

Initiatives planifiées	Accomplissements
<ul style="list-style-type: none"> ● Mettre en œuvre les actions décrites dans les plans d'affaires en lien avec le mandat élargi de TFO afin d'aider les conseils scolaires à répondre à l'exigence des deux crédits en ligne obligatoires pour l'obtention du diplôme, en commençant avec la cohorte d'élèves entrés en 9^e année au cours de l'année scolaire 2020-2021. ● À la demande d'EDU, développer des modules d'apprentissage en ligne pour les élèves et le personnel enseignant du palier élémentaire. ● Développer des objets d'apprentissage intégrables à des cours en ligne : jeux d'apprentissage virtuels immersifs et séries éducatives. ● Élaborer un plan d'affaires spécifique sur la question du transfert et de l'intégration de la partie francophone d'ILC (le Centre d'études indépendantes, ou CEI) de TVO à TFO. ● Obtenir un numéro d'école. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Voir la section 3 du rapport annuel. ● Le plan d'affaires concernant le transfert du Centre d'études indépendantes (CEI) à TFO a été élaboré et remis au ministère de l'Éducation le 19 mars 2021. Le Ministère a décidé de ne pas aller de l'avant avec cette initiative. ● Durant, 2021, le mandat de TFO a été redéfini pour retirer « l'administration et la coordination » des cours en ligne.

Assurer la mise en œuvre du partenariat avec l'Université de l'Ontario français (UOF) et le Carrefour francophone du savoir et de l'innovation

Initiatives planifiées	Accomplissements
<ul style="list-style-type: none"> ● Consolider le partenariat académique entre TFO et l'UOF : <ul style="list-style-type: none"> ○ Offre de cours de développement professionnel et de formation 	<ul style="list-style-type: none"> ● TFO et les principaux partenaires du projet, soit, l'UOF, le Théâtre français de Toronto et le Centre francophone du Grand Toronto, ont repris les discussions concernant la mise en

<ul style="list-style-type: none"> ○ continue ○ Production de contenu pour les cours en ligne ○ Collaboration sur la recherche et la publication ○ TFO, incubateur de talents pour l'UOF 	<p>place d'un Carrefour francophone du savoir et de l'innovation à Toronto d'ici 2030. L'envergure du projet a été réévaluée en faveur de la création d'un espace de vie intellectuelle, culturelle, identitaire, communautaire et socio-économique. L'UOF s'est consacrée à l'accélération de la recherche d'un emplacement pour le Carrefour avec l'examen de deux propositions, et à la réaffirmation des intérêts des partenaires au projet.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Poursuivre l'accompagnement du développement de l'infrastructure technologique et numérique de l'UOF jusqu'à son autonomie. 	<ul style="list-style-type: none"> ● TFO a soutenu l'UOF dans son développement opérationnel et technologique jusqu'à son ouverture. L'UOF est désormais autonome.

Garantir la pérennité de l'organisation

Initiatives planifiées	Accomplissements
<ul style="list-style-type: none"> ● Augmenter les revenus auto générés : <ul style="list-style-type: none"> ○ Activer la stratégie de distribution omnicanale permettant l'amplification de nos opportunités d'affaires par l'accroissement de nos publics et la monétisation de plateformes soutenues par une masse critique [avec l'appui du plan technologique]. ○ Déployer la stratégie de ventes de publicité. ○ Appliquer les recommandations issues du plan d'affaires concernant la vente de contenu. ○ Développer une stratégie de commercialisation du contenu éducatif pour l'apprentissage en ligne. ○ Pérenniser nos subventions du FMC en tant que producteur et diffuseur. ○ Poursuivre la nouvelle stratégie d'affaires d'IDÉLLO. 	<ul style="list-style-type: none"> ● En 2021-2022, la pandémie et une nouvelle orientation sur l'apprentissage en ligne ont freiné les activités liées aux revenus autogénérés. En particulier, la pandémie a limité la commercialisation de nos studios, de sorte que les équipes de production ont dû maximiser les heures des studios pour les productions maison et les cours en ligne. Des stratégies de monétisation de plateformes, de ventes de publicité, de ventes de contenu et de commercialisation des contenus éducatifs pour l'apprentissage en ligne seront déployées en 2022-2023. ● TFO a reçu une augmentation du financement du FMC en 2022-2023 grâce à des actions entreprises dans les années précédentes, comme l'utilisation de producteurs hors Québec. ● La stratégie a été complétée. Basée sur la rétroaction du public cible, la refonte du site IDÉLLO aura lieu en 2022-2023.
<ul style="list-style-type: none"> ● Faire de TFO un employeur de choix. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Plusieurs initiatives ont été mises en place dans le but d'être un employeur de choix, par exemple : <ul style="list-style-type: none"> ○ Amélioration de l'intégration du nouveau personnel ○ Formation sur la résolution des différends ○ Lancement d'un programme de leadership
<ul style="list-style-type: none"> ● Poursuivre le déploiement de la stratégie analytique. 	<ul style="list-style-type: none"> ● L'analyse des données est en cours.

<ul style="list-style-type: none"> Favoriser l'excellence opérationnelle au sein de l'entreprise afin de maximiser les performances en matière de productivité, de qualité des produits et de réduction des coûts. 	<ul style="list-style-type: none"> Plusieurs initiatives ont été complétées pour améliorer la productivité de TFO, par exemple : <ul style="list-style-type: none"> Révision des projets pour l'équipe de production enfance en fonction des enjeux de la pandémie et des besoins pour les projets liés à l'apprentissage en ligne Révision des processus opérationnels pour améliorer l'efficacité de la production et diffusion des contenus Amélioration des processus juridiques et financiers
<ul style="list-style-type: none"> Encourager l'innovation par l'intelligence pédagogique et l'expérience virtuelle en faveur de l'éducation. 	<ul style="list-style-type: none"> Les équipes ont développé leurs compétences en technopédagogie.

Ancrer la philanthropie dans notre stratégie d'entreprise pour qu'elle devienne une source de revenus pérenne

Initiatives planifiées	Accomplissements
<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place la stratégie de philanthropie. 	<ul style="list-style-type: none"> TFO a lancé sa première campagne de financement et sa stratégie de philanthropie, mais l'arrivée de la pandémie a mis cet aspect du modèle d'affaires en veille. La situation sera réévaluée en 2022-2023.