



Plan stratégique

2025-2030

Table des matières

Introduction	3
Mandat et portefeuille	3
Le mandat de la Fiducie du patrimoine ontarien	3
Le portefeuille	4
Identifier le patrimoine ontarien	4
L'objectif du plan stratégique	5
Pourquoi le patrimoine est-il important?	6
Plan stratégique	7
Vision	7
Mission	8
Objectifs stratégiques	9
Objectif 1	9
Objectif 2	9
Objectif 3	9
Objectif 1	10
Gérer le portefeuille de manière à avoir une incidence durable sur le patrimoine.	10
Principes de gestion durable du portefeuille	12
Comment nous atteindrons cet objectif	13
Résultats et répercussions	15
Objectif 2	16
Offrir des expériences liées au patrimoine qui soient transformatrices	16
Raconter des histoires qui comptent.	18
Comment nous atteindrons cet objectif	19
Résultats et répercussions	22
Objectif 3	23
Établir des liens avec les collectivités, les intervenants et le public	23
Principes de mobilisation du public	26
Comment nous atteindrons cet objectif	27
Résultats et répercussions	28
Collecte de fonds	28
Indicateurs de rendement clés	29
Objectif 1	29
Objectif 2	30
Objectif 3	30

Introduction

Mandat et portefeuille

Le mandat de la Fiducie du patrimoine ontarien

Depuis sa création voilà plus de 50 ans, la Fiducie du patrimoine ontarien agit à titre de fiduciaire et d'intendant du patrimoine pour la population de l'Ontario. La Fiducie reconnaît que les Ontariens partagent de nombreux points communs en raison d'une géographie commune et d'un passé commun. C'est en réfléchissant à ce passé commun et en le comprenant que nous établissons des liens avec les personnes et les lieux qui nous entourent. Pour être en mesure d'établir ces liens, nous devons préserver les espaces dans lesquels ces événements se sont produits et des objets qui ont été laissés pour compte et les considérer comme l'héritage de ces histoires qui ont façonné notre province.

Conformément à notre mandat, tel que prescrit par la *Loi sur le patrimoine de l'Ontario*, la Fiducie :

- détient en fiducie et gère des biens pour la population de l'Ontario;
- facilite la conservation, la protection et la préservation du patrimoine en Ontario;
- effectue des recherches sur le patrimoine;
- offre des programmes de sensibilisation au patrimoine;
- conseille le gouvernement sur les questions patrimoniales;
- met en œuvre des programmes de communication.

Introduction

Le portefeuille

La loi constitutive de la Fiducie lui permet de détenir des biens en fiducie au nom des Ontariens. La Fiducie détient actuellement 192 biens patrimoniaux naturels et culturels, ainsi que des dizaines de milliers d'artéfacts patrimoniaux et des centaines de milliers d'objets archéologiques liés à nos biens.

Le portefeuille représente **une richesse de biens du patrimoine naturel et culturel**. Bon nombre de ces biens sont et continueront d'être utilisés pour éduquer, mobiliser et aider le public à apprécier le patrimoine riche et diversifié de l'Ontario.

Identifier le patrimoine ontarien

La Fiducie du patrimoine ontarien a débuté il y a près de 60 ans avec le Programme des plaques provinciales, en érigeant des plaques dans des espaces physiques afin de rendre hommage aux personnes et aux événements importants qui ont façonné la province. Au fil des ans, la Fiducie a offert à la population la possibilité de découvrir ces histoires et d'explorer des lieux historiques au moyen d'attractions touristiques, de plaques, de contenu en ligne et du programme Portes ouvertes Ontario. La Fiducie continue de mettre en lumière, d'explorer et de faire connaître les moments du passé qui ont façonné l'Ontario : des moments dont les Ontariens peuvent être fiers, qui sous-tendent notre sentiment d'identité commun en tant qu'Ontariens et en tant que Canadiens et qui soulignent la place unique de l'Ontario dans l'histoire canadienne.

Introduction

L'objectif du plan stratégique

Ce nouveau plan stratégique quinquennal de la Fiducie du patrimoine ontarien vise à :

- énoncer notre vision de l'avenir;
- établir les principes directeurs de notre mission;
- énoncer des objectifs clairs et réalisables ainsi que des initiatives stratégiques qui favoriseront notre réussite;
- fournir une orientation générale pour les processus annuels de planification des activités qui sont requis en vertu de la Directive concernant les organismes et les nominations;
- fournir un cap organisationnel à long terme;
- célébrer le rôle de chef de file de la Fiducie à titre d'organisme responsable du patrimoine de la province et le dynamiser.

Le double objectif du plan stratégique

1. **À l'interne** : Guider la planification organisationnelle et le déploiement des ressources afin de renforcer et d'améliorer les actifs, les programmes et les services de la Fiducie.
2. **À l'externe** : Communiquer le but, la valeur et le rôle de la Fiducie dans la célébration et la promotion de la sensibilisation et de la fierté à l'égard du patrimoine riche et diversifié de l'Ontario.

Introduction

Pourquoi le patrimoine est-il important?

Le patrimoine relie les Ontariens à une histoire plus vaste, favorisant un sentiment d'appartenance et une identité commune. Ce lien crée un sentiment de valeur et fait en sorte que chacun ait l'impression de faire partie de quelque chose de plus grand que lui. La population diversifiée de l'Ontario est issue de milieux et de régions géographiques très variés, ce qui se traduit par une multitude de lieux et d'histoires à partager et à célébrer. En explorant, en établissant des liens et en partageant cette diversité, la Fiducie peut aider les Ontariens à comprendre le monde dans lequel ils vivent et jeter les bases d'une identité ontarienne plus robuste. Le travail de la Fiducie peut renforcer le sentiment de fierté et de lien avec la terre, encourager l'engagement civique et promouvoir un sentiment d'appartenance.



Musée Josiah Henson de l'histoire des Afro-Canadiens, Dresden.

Plan stratégique

Vision

Un avenir dans lequel le patrimoine ontarien est estimé, vivant et inspirant.

La Fiducie s'engage à préserver notre patrimoine culturel et naturel et à en maintenir la pertinence pour les générations futures. Nous nous efforçons de créer un Ontario dans lequel le patrimoine est non seulement préservé et estimé, mais aussi célébré, apprécié et utilisé comme source d'inspiration. La Fiducie sera un phare dans une province dans laquelle le patrimoine est préservé, protégé et promu d'une manière qui suscite la fierté de tous les Ontariens.

La vision de la Fiducie repose sur les piliers suivants :

- **Valeur** : Nous sommes conscients de la valeur historique, culturelle, économique et sociale du patrimoine de l'Ontario.
- **Dynamisme** : Nous continuons de gérer et d'entretenir de façon responsable le patrimoine bâti, naturel et culturel de l'Ontario afin de veiller à ce que les biens appartenant à la Fiducie soient vivants, visibles et pertinents pour la population ontarienne.
- **Inspiration** : Nous invitons tout le monde à découvrir et à explorer le patrimoine diversifié de l'Ontario ainsi qu'à s'en inspirer.

Plan stratégique

Mission

La Fiducie gère et protège le patrimoine diversifié de l'Ontario, favorisant la mobilisation et l'appréciation du public tout en promouvant un sentiment d'appartenance pour tous les Ontariens et en créant des liens durables entre les récits du passé et les personnes d'aujourd'hui.

Cette mission repose sur les fondements suivants :

- **Leadership** : Diriger la protection et la préservation du patrimoine culturel et naturel de la province de façon durable afin de générer des retombées sociales et économiques.
- **Biens patrimoniaux** : Déployer les actifs qui relèvent du mandat de la Fiducie, notamment les biens bâtis et naturels, les artefacts et les objets archéologiques.
- **Mobilisation du public** : Mobiliser le public à l'égard du patrimoine de l'Ontario et du travail de la Fiducie en transmettant des récits d'une façon qui éveille la curiosité et l'intérêt du public.
- **Mise à l'honneur** : Rendre hommage au patrimoine de la province et établir des liens avec le monde d'aujourd'hui afin d'aider les Ontariens à comprendre notre passé commun; ces hommages cultivent un sentiment de fierté, d'appartenance et d'identité.



Maison Barnum, Grafton.

Objectifs stratégiques

Pour concrétiser la vision et la mission de la Fiducie, ses secteurs d'intervention et activités seront structurés en fonction des trois objectifs présentés dans le diagramme ci-dessous.

Ensemble, ces trois objectifs se renforcent mutuellement. La gestion durable du portefeuille de biens patrimoniaux nous permet d'offrir des expériences liées au patrimoine qui soient transformatrices. Ces expériences liées au patrimoine et l'intérêt accru du public contribuent à cultiver des relations et une mobilisation importante au sein des collectivités, ce qui se traduit par davantage de possibilités de production de revenus, un investissement accru dans la préservation de nos biens et dans l'exécution de nos programmes patrimoniaux.

Les objectifs sont interreliés et se renforcent mutuellement.

Objectif 1

Gérer le portefeuille de manière à avoir une incidence durable sur le patrimoine

Adopter une approche à l'égard de la gestion des actifs qui soit systématique et responsable sur le plan financier, prendre des décisions stratégiques et transparentes quant aux biens dans lesquels investir et aux histoires à raconter. Veiller à ce que les biens remplissent leur objectif et se conforment aux nôtres grâce à des rôles clairs et à une gestion efficace.

Objectif 2

Offrir des expériences liées au patrimoine qui soient transformatrices

Mettre l'accent sur la création d'expériences stimulantes qui éveillent la curiosité et favorisent une meilleure compréhension du patrimoine de l'Ontario, créant des liens durables entre les récits du passé et les Ontariens d'aujourd'hui.

Objectif 3

Établir des liens avec les collectivités, les intervenants et le public

Établir des relations solides, réciproques et durables avec diverses collectivités de l'Ontario, aller au-delà d'une approche transactionnelle à l'égard de la mobilisation, mettre l'accent sur l'importance de comprendre les besoins, les valeurs et les aspirations de la collectivité en ce qui a trait au patrimoine.

Objectif 1

Gérer le portefeuille de manière à avoir une incidence durable sur le patrimoine

Être un bon intendant signifie utiliser une approche intentionnelle et responsable sur le plan financier pour ce qui est de gérer les actifs et prendre des décisions stratégiques et transparentes concernant les biens dans lesquels investir et les histoires à raconter, en veillant à ce que les biens remplissent leur objectif et se conforment aux nôtres grâce à des rôles clairs et à une gestion efficace.

Il incombe à la Fiducie de protéger, de conserver et d'entretenir tous les actifs de son portefeuille, de s'efforcer de comprendre ces ressources et de trouver des façons novatrices de partager les espaces et les histoires avec la population de l'Ontario. Notre objectif est de veiller à ce que les biens et les programmes remplissent leur objectif et se conforment aux nôtres grâce à des rôles clairs et à une gestion efficace. Nous entendons agir dans le respect de ceux qui nous ont précédés, avec pertinence et authenticité pour les citoyens d'aujourd'hui et de manière durable pour ceux qui nous succéderont.

Objectif 1

Cet objectif...

- met l'accent sur l'élaboration d'un cadre visant à évaluer différents projets, programmes, utilisations des actifs et initiatives qui rendront les objectifs de la Fiducie explicites;
- reconnaît la nécessité d'équilibrer les coûts financiers, les objectifs de conservation, le potentiel d'interprétation et les avantages sociaux et culturels généraux associés aux différents sites patrimoniaux;
- vise à aider la Fiducie à déployer ses actifs de façon stratégique afin de maximiser les avantages, en comprenant que tous les actifs ont un potentiel;
- guide l'utilisation de nos ressources ainsi que nos investissements dans nos biens et l'utilisation que nous en faisons.

Nous entendons...

- surveiller et gérer activement nos actifs patrimoniaux;
- améliorer les processus et les outils numériques et investir dans ceux-ci pour soutenir la gestion et la planification de la conservation;
- élaborer des stratégies adaptées afin que chaque actif du portefeuille soit utilisé à son plein potentiel;
- élaborer et utiliser un cadre d'analyse coûts-avantages pour évaluer différents projets, programmes, utilisations des actifs et initiatives en fonction des coûts financiers et d'avantages sociaux et culturels plus vastes;
- déterminer les biens qui sont plus susceptibles d'avoir une valeur patrimoniale, incluant les programmes, la mobilisation du public et le rendement économique.



À l'intérieur des salles de théâtre Elgin et Winter Garden, Toronto. Photo : Logan Rayment.

Objectif 1

Principes de gestion durable du portefeuille

- **Tirer parti des actifs** : Nous déterminerons les meilleures manières de mettre à profit les actifs afin de créer des programmes, de raconter des histoires et de mobiliser le public. Nous analyserons les ressources qui pourront le mieux servir à raconter des histoires, à mobiliser le public et à offrir des services d'interprétation et de divertissement.
- **Saine gestion financière** : Nous adopterons une approche responsable sur le plan financier et durable pour tout ce qui a trait à la gestion des actifs. Nous nous efforcerons notamment de limiter le déficit actif aux initiatives qui auront une incidence sur le patrimoine.
- **Accent sur la valeur** : Nous définirons en termes clairs la valeur des actifs de la Fiducie et nous les gérerons avec l'objectif de maximiser cette valeur pour la population de l'Ontario. Nous devons notamment reconnaître que les actifs patrimoniaux peuvent avoir de multiples dimensions de valeur et ne concernent pas seulement le passé.

Objectif 1

Comment nous atteindrons cet objectif

- Nous élaborerons et utiliserons un cadre d'analyse coûts-avantages pour évaluer différents projets, programmes, utilisations des actifs et initiatives en lien avec le patrimoine. Ce cadre permettra d'évaluer les coûts financiers ainsi que des avantages sociaux et culturels plus vastes.
- **Valorisation des avantages non marchands** : Nous tiendrons compte des avantages non commerciaux comme la valeur culturelle, l'identité communautaire et les possibilités d'éducation, qu'il est impossible d'exprimer facilement en termes monétaires. Nous élaborerons et appliquerons des méthodes permettant de quantifier la valeur des avantages intangibles (par exemple, au moyen de sondages ou de consultations communautaires), en reconnaissant que ces avantages sont souvent sous-estimés.
- **Hypothèses normalisées** : Nous normaliserons les hypothèses entre les différents projets pour rendre les comparaisons plus précises. Nous adopterons des politiques uniformes à l'échelle de l'organisation, comme un taux d'actualisation standard, des valeurs normalisées pour les avantages non marchands et des mesures communes de l'efficacité.
- **Perspective économique** : Nous évaluerons le rendement du capital investi de chaque actif en tant qu'intendants responsables des fonds publics, en tenant compte de la viabilité financière et en reconnaissant que le rendement financier ne représente qu'une partie des multiples dimensions de la valeur patrimoniale.
- **Définition des priorités** : Nous utiliserons l'analyse coûts-avantages pour donner la priorité aux projets et programmes qui offrent le meilleur rendement du capital investi sur les plans social, culturel et économique. Nous affecterons les ressources aux projets prometteurs qui sont les plus susceptibles d'avoir une incidence positive sur la collectivité dans de multiples dimensions, ce qui favorisera une prise de décisions transparente.
- **Transparence et responsabilisation** : Nous appliquerons une analyse coûts-avantages afin de nous assurer que le processus décisionnel est plus transparent et responsable. Nous communiquerons notre justification aux intervenants, ferons preuve de détermination et d'intention dans notre affectation des ressources et déterminerons clairement les projets patrimoniaux offrant le plus grand nombre d'avantages pour chaque dollar dépensé.

Objectif 1

L'atteinte de cet objectif permettra à la Fiducie de...

- prendre plus facilement des décisions d'investissement stratégiques axées sur l'obtention d'une incidence maximale sur le patrimoine tout en maintenant la viabilité financière;
- investir dans des initiatives directement liées à ses objectifs et aux priorités gouvernementales;
- équilibrer la viabilité financière ainsi que la valeur sociale, culturelle et éducative;
- déterminer plus facilement les utilisations appropriées pour tous nos biens qui tiennent compte des besoins de conservation du bien, de son potentiel d'interprétation et de recherche et de la viabilité financière de chaque site;
- établir un équilibre entre la conservation, l'utilisation et les avantages du programme, mettre l'accent sur l'accessibilité de nos biens patrimoniaux pour le public et en tirer parti pour raconter l'histoire de l'Ontario de façon convaincante et enrichissante, tout en veillant à ce que les rôles et les responsabilités de tous les intervenants soient clairement définis.

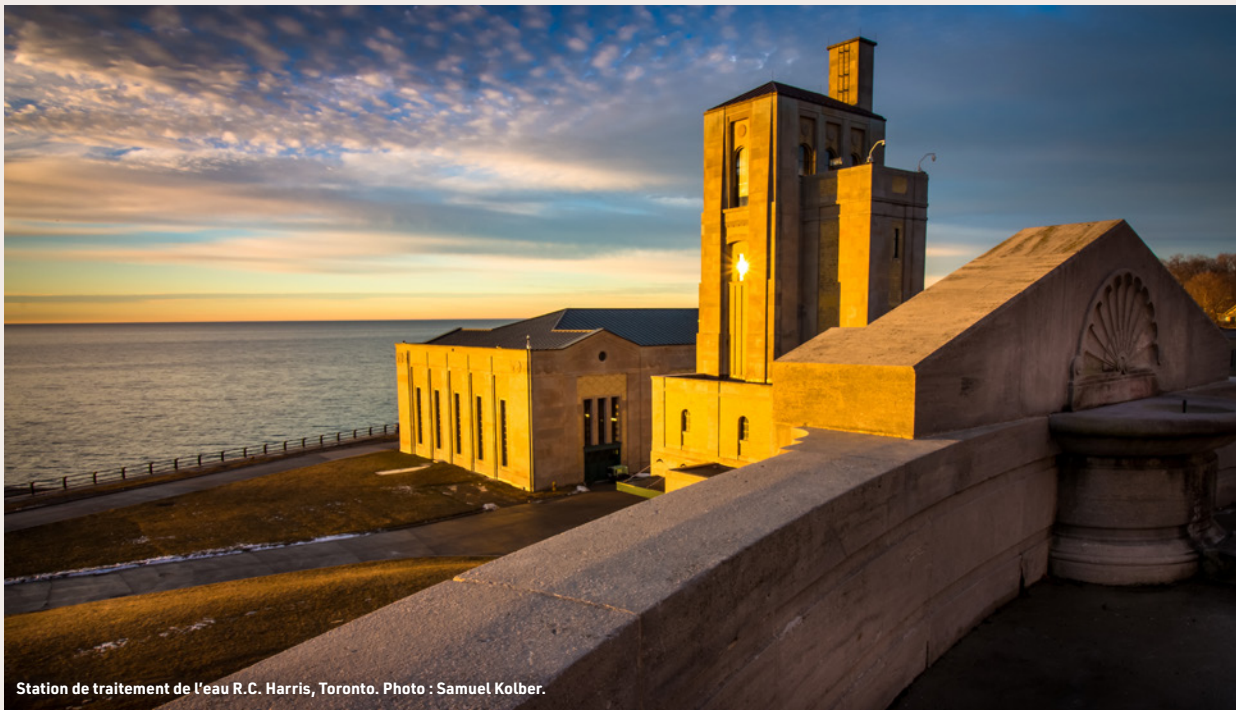


Place Fulford, Brockville.

Objectif 1

Résultats et répercussions

- Approche stratégique fondée sur des données probantes pour gérer le portefeuille patrimonial de la Fiducie
- Amélioration de la planification et de l'affectation des ressources
- Déficit actif limité
- Amélioration de la durabilité à long terme
- Programmes à impact élevé et mobilisation accrue du public
- Plus grande transparence en matière d'intendance et de prise de décisions
- Amélioration de la valeur sociale, culturelle et économique améliorée pour tous les Ontariens



Objectif 2

Offrir des expériences liées au patrimoine qui soient transformatrices

La Fiducie a débuté avec le Programme des plaques provinciales, qui a permis d'ériger des plaques dans les espaces physiques afin de rendre hommage aux personnes et aux événements importants qui ont façonné notre province. Les plaques sont des rappels de la mémoire publique et des symboles de ce à quoi nous accordons de la valeur en tant que province. Au fil des ans, nous avons continué de souligner, d'explorer et de partager des moments du passé qui ont eu une incidence durable sur notre province. Nous offrons au public la possibilité non seulement de découvrir ces histoires au moyen de l'interprétation (par exemple, des magazines ou du contenu en ligne), mais aussi d'explorer des endroits au moyen d'attractions touristiques (par exemple, des musées), du programme Portes ouvertes Ontario, et d'ériger des plaques aux endroits où des événements se sont produits dans le cadre du Programme des plaques provinciales.

Le patrimoine de l'Ontario est un récit tissé à partir des histoires d'innombrables personnes. C'est une grande histoire constituée d'innombrables petites histoires transmises par de nombreuses générations de personnes de bien des manières. Ces histoires se rassemblent pour former quelque chose de spécial.

Le patrimoine peut rapprocher les Ontariens de cette histoire plus vaste, en mettant en lumière l'identité commune, en cultivant un sentiment d'appartenance et en favorisant l'approfondissement des connaissances. La population diversifiée de l'Ontario est issue de milieux et de régions géographiques très variés, ce qui se traduit par une multitude de lieux et d'histoires à explorer, à partager et à célébrer. En mettant en lumière ces divers récits et en établissant des liens entre eux, la Fiducie peut aider les Ontariens à comprendre qui ils sont et où ils vivent, en encourageant d'autres explorations et en jetant les bases d'un Ontario plus fort.

Objectif 2

Cet objectif...

- vise à favoriser un sentiment d'appartenance, de fierté et de cohésion sociale grâce à des expériences liées au patrimoine qui contribueront à une forte identité provinciale;
- met l'accent sur le rôle important que joue la Fiducie dans l'établissement de liens entre les personnes et les récits qui font de l'Ontario ce qu'il est aujourd'hui, notamment la recherche et l'interprétation;
- reconnaît le rôle essentiel que joue le patrimoine dans le façonnement de l'identité de l'Ontario et le renforcement de son économie grâce au tourisme patrimonial;
- veille à ce que les histoires soient racontées d'une manière qui compte pour les personnes, et qui leur donnera envie d'explorer leur monde, tant physiquement qu'intellectuellement;
- met l'accent sur la nécessité d'offrir des expériences enrichissantes qui établissent des liens entre les personnes et le patrimoine, qui mettent en valeur et à l'honneur le patrimoine et qui aident les personnes à comprendre le patrimoine de l'Ontario;
- vise à rassembler des histoires dans le but de créer une identité provinciale dans nos contextes nationaux et mondiaux.

Nous entendons...

- mettre à profit nos programmes et initiatives pour favoriser une meilleure compréhension du patrimoine de l'Ontario et ainsi créer des liens durables entre les personnes et notre passé;
- mobiliser activement le public, favoriser une meilleure compréhension du passé et avoir une incidence durable sur le paysage culturel de l'Ontario;
- garder une oreille attentive, être prêts à raconter des histoires d'une manière qui aide le public à comprendre le monde en évolution dans lequel il vit, à honorer notre patrimoine commun et à en tirer des leçons.



Objectif 2

Raconter des histoires qui comptent

Nous appliquerons une approche en trois volets pour cerner et évaluer les possibilités du programme. Cela signifie notamment tirer des enseignements de ce qui fonctionne le mieux dans nos programmes phares en cours et les utiliser pour améliorer notre travail, tout en demeurant enraciné dans le mandat de la Fiducie. Cela nous permettra de concevoir, d'évaluer et de mettre au point des idées qui se situent à l'intersection de trois facteurs :

- 1. Désirabilité (ce que le public veut) :** La compréhension des intérêts des différents publics cibles nous permettra de faire en sorte que les programmes soient pertinents, stimulants et enrichissants.
- 2. Format (comment le public souhaite y accéder) :**
Comprendre comment le public souhaite accéder aux récits.
- 3. Viabilité (ce qui est durable) :** Évaluer la viabilité financière des programmes, la faisabilité technique et opérationnelle (avec les ressources et l'expertise disponibles) et l'harmonisation avec les ressources et les objectifs à long terme.

Objectif 2

Comment nous atteindrons cet objectif

- **Érection de plaques sur les éléments du patrimoine dans les lieux publics** : Nous continuerons de reconnaître, de célébrer et de commémorer les personnes, les lieux et les événements importants de l'histoire de l'Ontario grâce au Programme des plaques provinciales. Nous veillerons à ce que le programme continue de croître en mettant en lumière les histoires importantes et en valeur l'incidence des gens ordinaires sur la vie des Ontariens dans les espaces qu'ils utilisent tous les jours.
- **Pertinence et lien** : Nous mettrons sur pied des initiatives qui relient et interconnectent les récits pour non seulement raconter les histoires individuelles de personnes, de lieux et d'espaces, mais aussi expliquer comment ces histoires ont façonné l'Ontario dans un contexte national et mondial. Nous inviterons également les Ontariens à se reconnaître dans ces récits et mettrons l'accent sur la pertinence du patrimoine dans le présent en établissant des liens entre le passé, les enjeux contemporains et les expériences personnelles.
- **Inclusivité et équité** : Nous veillerons à ce que les services traduisent les expériences et les besoins de la population diversifiée de l'Ontario. Nous concerterons nos efforts afin d'établir des relations avec les collectivités autochtones, les organisations confessionnelles, les communautés racisées et d'autres groupes sous-représentés afin que leurs expériences et leurs contributions soient reconnues et célébrées comme faisant partie intégrante du façonnement de la province.
- **Rassembler les personnes** : Nous allons continuer d'appuyer des programmes en personne tels que Portes ouvertes Ontario, qui permettent aux Ontariens de découvrir ensemble des lieux patrimoniaux et de partager les récits qui les sous-tendent, ce qui favorisera une meilleure compréhension de l'histoire et de la culture de la province. Ce programme offre au public la possibilité de découvrir des histoires et des lieux partout en Ontario, ce qui accroît l'incidence touristique et économique locale sur les collectivités participantes.
- **Inspiration et curiosité** : Nous donnerons envie au public de mieux comprendre le patrimoine selon ses propres critères. Ainsi, les expériences que chacun vivra l'encourageront à se poser des questions sur les raisons pour lesquelles le monde est tel qu'il est et fourniront un cadre d'exploration.

Objectif 2

- **Engagement émotionnel** : Nous reconnaissons que le patrimoine crée un lien émotionnel avec la population et les lieux de l'Ontario. Nous entendons aller au-delà de la simple présentation des faits historiques. Cela comprend la façon de raconter les histoires, la stimulation sensorielle et les possibilités de réflexion personnelle.
- **Innovation et créativité** : Nous adopterons de nouvelles technologies. Il nous faudra, pour ce faire, explorer les technologies numériques et les façons novatrices de présenter le contenu patrimonial.



Propriété LeFeuvre-Chupac, Péninsule de Bruce Nord

Objectif 2

L'atteinte de cet objectif permettra à la Fiducie de...

- transformer les relations que les Ontariens entretiennent avec le patrimoine et en promouvoir la pertinence dans leur vie;
- célébrer nos sources de fierté en tant que province;
- créer des liens entre les personnes d'un côté et le patrimoine de la province et des collectivités de l'autre;
- approfondir notre compréhension du patrimoine ontarien.



À l'intérieur du musée du comté de Simcoe, Minesing. Photo : Portes ouvertes comté de Simcoe.

Objectif 2

Résultats et répercussions

- Mobilisation accrue du public à l'égard des sites et des récits patrimoniaux de l'Ontario
- Meilleure compréhension de la pertinence du patrimoine pour notre présent
- Plus grande appréciation de la diversité du patrimoine ontarien
- Contribution accrue à l'identité et au sentiment d'appartenance de l'Ontario
- Participation plus active à la préservation et à la promotion du patrimoine
- Plus grand sentiment de lien et d'appartenance chez les Ontariens
- Augmentation des visites, en personne comme de manière virtuelle
- Élaboration d'expériences liées au patrimoine qui soient uniques, mémorables et appréciées par un public diversifié

Objectif 3

Établir des liens avec les collectivités, les intervenants et le public

La Fiducie du patrimoine ontarien dessert l'ensemble de la province de l'Ontario. Notre mandat est vaste et couvre un domaine de travail complexe et en constante évolution.



À l'intérieur de la centrale électrique canadienne de Niagara, Niagara Falls, pendant Portes ouvertes Ontario.

Objectif 3

Cet objectif...

- inclut de faire connaître et de promouvoir la Fiducie tout en établissant des liens importants avec les collectivités et en veillant à ce que le travail de la Fiducie soit axé sur les besoins des Ontariens et les intérêts de l'Ontario;
- vise à comprendre notre incidence et à être en mesure de la communiquer aux visiteurs;
- nous oblige à comprendre nos services et nos publics et à être en mesure de les mettre en contact d'une manière attrayante et inspirante;
- nous met au défi de trouver de nouvelles façons de transmettre notre histoire et celle de nos services afin de maintenir la curiosité du public, de lui permettre de comprendre plus facilement l'importance du patrimoine et de voir de quelle manière il s'intègre à l'écologie patrimoniale : il fait partie intégrante de ce que nous faisons;
- met l'accent sur l'établissement de relations solides, réciproques et durables avec diverses collectivités de l'Ontario grâce à une appréciation commune du patrimoine;
- souligne l'importance de comprendre les besoins, les valeurs et les aspirations de la collectivité en ce qui concerne le patrimoine; en privilégiant un dialogue authentique, nous assurerons de préserver notre pertinence, renforcerons la confiance et favoriserons un sentiment d'intendance partagée du patrimoine de l'Ontario.



Pharmacie du Niagara, Niagara-on-the-Lake.

Objectif 3

Nous entendons...

- veiller à ce que notre travail demeure pertinent, important et percutant en inspirant et en établissant des relations authentiques avec diverses collectivités de l'Ontario;
- communiquer d'une manière qui nous permette d'aller à la rencontre du public là où il se trouve;
- élaborer du contenu innovant, adopter des techniques de marketing avancées et optimiser nos plateformes et outils de marketing;
- mettre à profit les renseignements sur nos intervenants et nos publics cibles et actualiser notre image de marque et notre proposition de valeur;
- promouvoir des événements publics comme Portes ouvertes Ontario, la Semaine du patrimoine ontarien, le jour de l'émancipation et les Prix du lieutenant-gouverneur pour les réalisations en matière de conservation du patrimoine ontarien comme autant d'occasions pour le public d'établir des liens avec le patrimoine;
- prêter attention à ce que font les autres et établir des liens avec ce que nous faisons pour rendre le patrimoine mondial convivial;
- vendre nos services, nos programmes, nos idées et notre marque à des auditoires de l'Ontario, du reste du Canada et d'ailleurs.



Le Musée canadien de l'automobile à Oshawa est un site populaire de Portes ouvertes Ontario.

Objectif 3

Principes de mobilisation du public :

Pour créer des campagnes qui trouvent un écho auprès des différents publics, offrir des programmes permettant des expériences de grande qualité et favoriser l'inclusivité, nous utiliserons un modèle de croissance du marketing qui repose sur ce qui suit :

- 1. Comprendre ce qui compte pour le public :** Recueillir des commentaires et des données pour savoir ce que le public aime dans le patrimoine ontarien, ses valeurs et la manière dont les histoires trouvent écho dans leur identité et leur sentiment d'appartenance.
- 2. Créer des campagnes inspirantes :** Nous mettrons sur pied des campagnes qui iront à la rencontre du public là où il se trouve, rendront les activités de sensibilisation plus personnelles et aideront le public à se familiariser avec l'histoire de l'Ontario.
- 3. Concrétiser nos plans :** Donner vie au patrimoine en utilisant les bons outils et les bonnes équipes pour assurer le succès de nos entreprises.

Objectif 3

Comment nous atteindrons cet objectif

- **Mobilisation authentique** : Nous accorderons la priorité à un dialogue authentique et à des relations réciproques avec les collectivités, en allant au-delà d'un simple « récit » de l'histoire de la Fiducie. Nous veillerons à ce que la mobilisation ne vise pas seulement à promouvoir les initiatives de la Fiducie, mais qu'elle constitue également une façon d'écouter et de répondre aux besoins de la collectivité.
- **Pertinence et réciprocité** : Nous nous efforcerons de comprendre les valeurs communautaires et de permettre au public de constater l'importance du patrimoine dans leur vie quotidienne. Nous veillerons à ce que le travail de la Fiducie ait une pertinence directe pour la vie des Ontariens et à ce que les relations soient mutuellement bénéfiques. Nous élaborerons une proposition de valeur pour les Ontariens afin qu'ils comprennent pourquoi il est important de protéger et de gérer leur patrimoine.
- **Marque et personnalité publique** : Nous définirons en termes clairs la personnalité publique de la Fiducie pour nous assurer de sa pertinence pour divers publics et de son lien avec les valeurs communautaires. Nous utiliserons ces principes pour guider tous les services et contenus.
- **Partenariats stratégiques** : Nous collaborerons avec d'autres organismes, tels que les établissements d'enseignement, les organismes touristiques régionaux et les groupes communautaires, afin de mettre à profit les possibilités d'ajouter de la valeur aux initiatives touristiques locales qui appuient le mandat et les objectifs de la Fiducie, élargissant ainsi la portée et l'incidence de son travail.



Célébrations du Jour de l'émancipation au Musée Josiah Henson de l'histoire des Afro-Canadiens, Dresden.

Objectif 3

L'atteinte de cet objectif permettra à la Fiducie de...

- aider la Fiducie à être une organisation qui non seulement préserve le patrimoine, mais qui permet au public de se considérer comme des intervenants actifs du patrimoine et du travail de la Fiducie;
- assurer la viabilité financière de la Fiducie en augmentant la collecte de fonds, la participation des bénévoles, les liens communautaires, le tourisme, les interactions sociales et la sensibilisation du public.

Résultats et répercussions

- Participation accrue de la collectivité aux initiatives de la Fiducie
- Pertinence accrue et sensibilisation du public à l'égard de la Fiducie
- Soutien accru à la Fiducie et à sa mission
- Plus grand sentiment d'appartenance communautaire au patrimoine de l'Ontario

Collecte de fonds

La collecte de fonds est étroitement liée aux résultats de cet objectif, qui est axé sur l'établissement de relations avec la collectivité et la mobilisation du public. L'atteinte de cet objectif suscitera l'intérêt du public et le sensibilisera à l'égard de la Fiducie et de sa mission, ce qui contribuera aux efforts de collecte de fonds. Rehausser le profil de la Fiducie, cultiver la curiosité et démontrer la valeur du patrimoine sont essentiels pour attirer des donateurs et des commanditaires potentiels. À mesure que le lien entre le public, la Fiducie et sa mission se renforce, celui-ci est plus susceptible de faire des dons, de faire du bénévolat et de soutenir la Fiducie.

Indicateurs de rendement clés

Notre succès dans l'atteinte des objectifs stratégiques sera mesuré à l'aide d'un ensemble ciblé d'indicateurs de rendement clés (IRC). Voici un ensemble représentatif d'IRC harmonisés avec chaque objectif stratégique, en tenant compte des avantages et des résultats attendus.

Objectif 1

- Pourcentage de projets évalués selon le cadre d'analyse coûts-avantages
- Pourcentage de biens bâtis pour lesquels il existe des rapports à jour sur l'état des bâtiments
- Nombre de projets approuvés en fonction du rendement du capital investi le plus élevé dans les dimensions sociales, culturelles et économiques
- RCI financier projeté par rapport au rendement réel des projets patrimoniaux
- Pourcentage de la valeur de remplacement des actifs consacrée aux réparations et à l'entretien
- Pourcentage de la valeur de remplacement des actifs consacrée aux investissements en capital
- Nombre de projets patrimoniaux qui sont autosuffisants
- Efficacité du financement : coût par dollar de bénéfice réalisé
- Pourcentage des biens bâtis entièrement utilisés et taux d'utilisation (nombre de jours, de mois, etc.)

Indicateurs de rendement clés

Objectif 2

- Nombre total de visiteurs à toutes les attractions de la Fiducie
- Pourcentage d'augmentation des visites (en personne et en ligne, y compris les visites sur le site Web, les abonnés/impressions/engagements dans les médias sociaux et les mentions dans les médias)
- Pourcentage de visiteurs qui reviennent aux expériences liées au patrimoine offertes par la Fiducie
- Nombre de nouvelles expériences liées aux programmes ou aux services lancées
- Nombre de nouvelles plaques dévoilées
- Combinaison de formats d'expériences liées au patrimoine (par exemple, visites en personne et en ligne, ateliers, etc.)
- Indice de satisfaction des visiteurs pour les expériences liées au patrimoine nouvelles ou améliorées

Objectif 3

- Croissance et total en dollars des dons individuels et des commandites
- Analyse du sentiment à l'égard de la marque et sondages de reconnaissance publique qui évaluent la sensibilisation, la confiance et l'harmonisation avec les aspirations patrimoniales
- Nombre d'interactions importantes avec des partenaires communautaires
- Nombre d'événements, de collectivités et de groupes confessionnels participant à Portes ouvertes Ontario
- Nombre de visiteurs en personne, de visites sur le site Web et d'articles dans les médias au sujet de Portes ouvertes Ontario
- Nombre de mentions dans les médias, de visites du site Web et d'engagements dans les médias sociaux liés aux récits sur le patrimoine
- Augmentation en pourcentage du nombre de bénévoles actifs qui participent aux efforts de conservation du patrimoine
- Augmentation en pourcentage des segments de public cible (par exemple, les jeunes)