



LE VIEUX-PORT DE
MONTREAL

Rapport annuel 2001-02



Table des matières

Message du président du conseil d'administration	4
Rapport de la présidente et chef de la direction	5
La performance opérationnelle 2001-2002	7
• Faits saillants	7
Performance financière	9
• Faits saillants	9
• Sources de fonds	9
• Utilisation des fonds	14
Profil de la Société du Vieux-Port de Montréal	18
• Le statut de société d'État	18
• Son mandat	18
• Sa mission	18
• Ses valeurs	18
Les objectifs stratégiques	19
La régie de la Société	19
• Le conseil d'administration	19
• Membres du conseil d'administration	20
• L'équipe de la haute direction	23
Objectifs et réalisations 2001-2002	24
• Contexte général	24
- Un mandat renouvelé	24
- Un environnement en transformation	24
- Un acteur dans la communauté	25
- Une offre riche et diversifiée	25
- Un partenaire concurrentiel	25
• La performance opérationnelle	26
I - La gestion et le développement d'un parc urbain	26
II - La production et l'exploitation d'activités culturelles	30
III - La conservation et la protection du patrimoine architectural, foncier et paysager du territoire	39
IV - La gestion efficace, efficiente et économique de la société d'État	43
Les états financiers 2001-2002	53
• Responsabilité de la direction en matière d'états financiers	54
• Rapport du vérificateur	55
• États financiers	56
• Notes aux états financiers	60
ANNEXE 1: Les partenaires du Vieux-Port de Montréal	67
ANNEXE 2 : les partenaires du Centre des sciences de Montréal	69



Message du président du conseil d'administration

L'année 2001-2002 a posé plusieurs défis aux administrateurs et à la haute direction de la Société du Vieux-Port de Montréal. Je veux saluer ici leur expertise et leur engagement, qui nous ont guidés dans une période où nous devons poursuivre l'adaptation aux grands changements entrepris dans notre organisation avec la mise en place du Centre des sciences de Montréal. Je veux aussi les remercier pour leur vision stratégique dans l'orientation des travaux entourant l'examen du mandat de la Société qui a été entrepris en février dernier par le ministère d'appartenance de la Société, le ministère de Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC), à la demande du Conseil du trésor. Cet examen avait pour but d'évaluer la pertinence de la mission du Vieux-Port en concordance avec les objectifs du gouvernement du Canada et de procéder à un ajustement, si requis, du rôle, des responsabilités et des ressources nécessaires à la Société pour ce faire. Une décision du gouvernement à cet égard est attendue à l'automne 2002.

Je tiens à souligner les efforts importants déployés par l'équipe du Vieux-Port et par sa présidente pour faire du Centre des sciences de Montréal et du parc du Vieux-Port deux destinations incontournables pour les Montréalais et les touristes. Le Centre a traversé sa deuxième année d'existence et fait ses premiers pas dans le monde de la culture et de l'éducation.

L'expérience a été, somme toute, très réussie; nous verrons à ne pas nous reposer sur nos lauriers et à faire en sorte que le Centre s'épanouisse et devienne de plus en plus attirant pour toutes nos clientèles.

Je veux aussi reconnaître le travail de tous les concessionnaires, producteurs et commanditaires, dont l'excellence de la prestation a permis, cette année encore, de battre nos records d'achalandage et de franchir le cap des 8 millions de visiteurs. Le Vieux-Port est, sans conteste, la première destination récréo-touristique et culturelle à Montréal. Je tiens à rappeler que

notre activité économique représente près de 32 millions de dollars en chiffre d'affaires et engendre des impacts financiers de plus de 72 millions de dollars annuellement. Ceci fait que le Vieux-Port de Montréal se positionne comme un acteur majeur de l'économie montréalaise.

En terminant, je veux célébrer le fait que la Société du Vieux-Port de Montréal fête cette année ses 20 ans d'existence. La Société est responsable de la gestion et du développement du site du Vieux-Port de Montréal et a contribué de manière significative à rendre le fleuve et ses abords accessibles à la population montréalaise et à ses visiteurs. A ce titre, elle a favorisé le développement des quartiers résidentiels avoisinants et la consolidation de l'activité économique locale. Le Vieux-Port de Montréal est aujourd'hui un lieu de rassemblement, un carrefour où se rencontrent et échangent les gens de tous les âges, de toutes les nations et de toutes les couches de la population : c'est un espace démocratique par excellence. Le Vieux-Port est un témoin de l'histoire maritime et portuaire de Montréal et, au fil du temps, de la réhabilitation de ses terrains et bâtiments qui, en plus d'assurer la préservation du caractère architectural du site, a aussi ouvert les vues et les accès au fleuve et mis en valeur plusieurs joyaux du patrimoine industriel canadien.

Pour toutes ces contributions, je crois que nous pouvons être fiers du rôle joué par le Vieux-Port dans le développement de Montréal et du Canada et je veux partager, avec tous mes collègues du Conseil, l'enthousiasme qui nous anime et notre détermination, en accord avec le gouvernement du Canada, à jeter les bases d'une réussite qui sera encore plus éclatante au cours des vingt prochaines années ■



L'année 2001-2002 a été, pour toute l'équipe de la Société du Vieux-Port de Montréal, une année de défis et d'adaptation aux changements.



Rapport de la présidente et chef de la direction

Le premier défi et non le moindre, dont nous pouvons témoigner ici, a été celui de faire face à un manque à gagner, principalement au niveau des revenus de billetterie du cinéma IMAX® et des expositions ainsi que des stationnements. Nous avons constaté, d'une part, que l'effet de nouveauté du Centre des sciences s'est atténué et, conséquemment, les visites ne se sont pas répétées. D'autre part, notre plus grande surprise a été la diminution radicale de la fréquentation du Cinéma IMAX®. Nous avons réussi, ces dernières années, à éviter la chute vécue par des institutions semblables à travers l'Amérique et l'Europe, mais ce mouvement nous a touché en 2001-2002. Je veux ici saluer l'efficacité de toute l'équipe du Vieux-Port qui s'est rapidement mobilisée pour élaborer et mettre en œuvre un plan d'action nous permettant d'absorber ce manque à gagner à même nos budgets de fonctionnement et d'investissement, sans contribution supplémentaire du gouvernement. Des sacrifices importants ont été nécessaires et ont touché tous les services de la Société; mais, dès décembre 2001, grâce à une campagne promotionnelle à la télévision et au lancement de nouveaux programmes d'activités au Centre des sciences, notre situation s'est lentement redressée. Nous pouvons croire que nous sommes sur la bonne voie.

Le deuxième défi a été celui de poursuivre l'adaptation de l'organisation et des manières de faire face aux changements. L'année 2001-2002 a été l'occasion de tester l'efficacité de nos systèmes et de nos méthodes pour les améliorer davantage et augmenter notre performance. Des efforts importants ont été consentis pour mettre en place un système de gestion de nos budgets par projet qui permettra, en outre, l'analyse de notre performance sur la base de notre historique financier. Cela a été un travail laborieux, mais nous y sommes parvenus. Des modèles existent maintenant et nos gestionnaires se les approprient progressivement. Dans le même ordre d'idée, les systèmes de stationnement et de billetterie ont été revus en profondeur, des diagnostics posés et des solutions apportées pour tenter d'en exploiter le plein potentiel, en faisant les corrections nécessaires. À ce chapitre, l'année 2002-2003 sera riche en résultats. [\(suite p6\)](#)

Rapport de la présidente et chef de la direction (suite)

Enfin, tous ces défis n'auraient pu être relevés sans une écoute active et renouvelée de nos employés, de nos clients et de nos partenaires. Le plan d'action élaboré pour renouveler la programmation du Centre des sciences s'est appuyé sur l'actualisation des études de marchés, sur un examen interne ainsi que sur la consultation d'experts du milieu. L'écoute des concessionnaires et des producteurs impliqués dans le succès du Vieux-Port ainsi qu'un nouveau sondage effectué auprès des visiteurs du parc nous ont permis de revoir nos stratégies de mise en marché et d'adapter nos interventions en fonctions de nouvelles réalités observées. C'est aussi par l'écoute et la rétroaction auprès de nos employés que nous avons trouvé plusieurs solutions à nos problèmes d'opérations et que nous sommes parvenus à améliorer le climat de travail.

En terminant, je tiens à remercier Pierre-Luc Brodeur, vice-président à la gestion du territoire qui a quitté la Société en décembre dernier, pour sa contribution au Vieux-Port au cours des 15 dernières années, et souhaiter la bienvenue à Denis Gouge, qui assumera dorénavant la direction de cette équipe responsable de l'exploitation et des activités de construction et de maintenance. Je tiens à féliciter tous les membres de l'équipe de direction pour leur professionnalisme, leur engagement et leur capacité à s'adapter aux changements nécessaires pour assumer les nouvelles responsabilités qui leur ont été confiées. Je tiens de plus à remercier tous les employés pour leur travail compétent et leur enthousiasme à réaliser la mission de la Société du Vieux-Port de Montréal. C'est grâce à un esprit d'équipe fort et sans cesse renouvelé que nous pouvons repousser plus loin nos limites et envisager l'avenir avec lucidité et confiance ■

Faits saillants

Qualité de l'accueil

Un sondage effectué au cours de l'été 2001 auprès de la clientèle indique un taux de satisfaction générale de 85 %. Ce niveau de satisfaction témoigne des améliorations apportées en termes de sécurité, d'entretien et d'aménagement des espaces publics. Les visiteurs ont particulièrement apprécié les aires de repos permettant la détente et l'appréciation du fleuve ainsi que les services offerts.

Intérêt des activités

Cette année, le parc du Vieux-Port a franchi la barre des 8 millions de visiteurs. Le maintien des activités qui caractérisent le site, la présentation de nouvelles activités maritimes et d'animation ainsi que la température clémente sont les facteurs qui sous-tendent ce succès.

La fréquentation globale du Centre des sciences de Montréal a diminué significativement au cours de sa seconde année d'exploitation. Un plan d'action a été élaboré et mis en œuvre dès la période des fêtes permettant d'amorcer le redressement de la situation. Il se poursuivra en 2002-2003 pour stimuler un renouvellement d'intérêt du public.

Rayonnement, image et notoriété

Grâce à ses investissements majeurs et renouvelés, la notoriété du gouvernement du Canada, en tant que partenaire du Vieux-Port, est passée de 12 % (1999) à 65 % en 2001-2002.

En mai 2001, la Société du Vieux-Port de Montréal s'est vue décerner, pour le Centre des sciences de Montréal, le *Lauréat national d'or, catégorie Attraction touristique – 100 000 visiteurs et plus*, des Grands prix du tourisme québécois. Par ailleurs, les efforts déployés pour mieux faire connaître le CSM, ont résulté en une augmentation de sa notoriété auprès de la population montréalaise, passée de 4 % à 8 %, ce qui augure bien pour l'avenir.

Qualité des installations

Grâce à l'intervention de Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC), la qualité du patrimoine du Vieux-Port a été rehaussée significativement par la restauration de la Tour de l'Horloge et la réfection de certains quais.

Avec la collaboration de la Société du Vieux-Port de Montréal, de Développement économique Canada, de TPSGC et de la Ville de Montréal, Parcs Canada a planifié et réalisera la réouverture du canal de Lachine qui, après plus de trente ans d'inactivité, reprendra enfin sa place en tant que voie maritime en mai 2002.

Notons également une révision complète de la signalisation pour permettre une meilleure orientation des visiteurs sur le site. [\(suite p8\)](#)

Rentabilité de l'exploitation

L'absence de renouvellement des produits du Centre des sciences, jumelée à la baisse de fréquentation du Cinéma IMAX® et du ciné-jeu IMMERSION ainsi que les impacts indirects de ces situations n'ont permis à la Société de générer que 81,6 % des revenus anticipés et ce, malgré les efforts de positionnement du CSM et le lancement de campagnes publicitaires et promotionnelles adaptées. Afin de maintenir un équilibre budgétaire sans avoir recours à une augmentation des crédits parlementaires, des réductions de dépenses de 8,9 % de son budget ont été nécessaires.

Gestion des ressources

La Société a consolidé les relations de travail avec ses employés, notamment par la signature d'une nouvelle convention collective avec les projectionnistes du Cinéma IMAX® et le règlement de la majorité des griefs en cours. La situation financière difficile a exigé un gel de l'embauche et la réorganisation des horaires de travail de plusieurs employés. Il faut souligner la collaboration de l'ensemble du personnel, dont l'adhésion a été obtenue grâce aux mécanismes d'information et d'échanges mis en place pour les tenir au fait de la situation.

Du côté administratif, la Société a procédé à la mise en place d'un système de coût par projet qui constitue un jalon-clé de son système intégré de gestion. Elle a remanié le site WEB du Vieux-Port afin d'améliorer la diffusion d'informations auprès du public et a développé un site intranet pour accroître l'efficacité des communications avec ses employés■

Faits saillants

Tableau 1 - Sources et utilisations des fonds (en milliers de dollars)

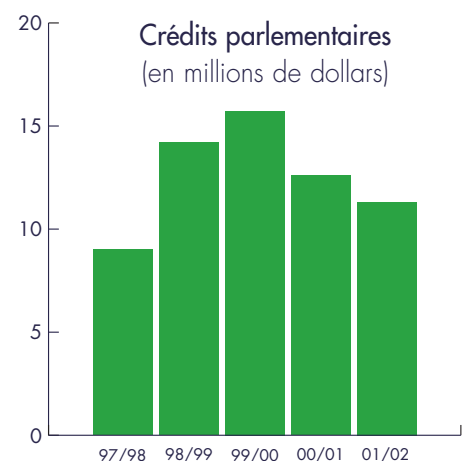
	Résultats 2001-2002	Budget 2001-2002	Écart entre les résultats et le budget	Résultats 2000-2001 (redressés)
Sources des fonds				
• Crédits parlementaires	11 325	11 325	0	12 610
• Les produits d'exploitation (avant amortissement)	10 535	12 913	- 2 378	11 717
Utilisation des fonds				
• Fonctionnement (avant amortissement)	19 638	20 818	1 180	19 489
• Investissement	2 435	3 420	985	10 320

Les crédits parlementaires

Les crédits parlementaires en 2001-2002 se sont élevés à 11,325 millions de dollars, soit une réduction de 1,285 million de dollars par rapport aux 12,610 millions de dollars de l'année précédente. Ils comportent une hausse des crédits de fonctionnement de 1,444 million de dollars (19 %) par rapport à 2000-2001, et une réduction des crédits d'investissement de 2,729 millions de dollars (57 %).

Les crédits parlementaires pour l'acquisition des immobilisations ont été réduits de 1,329 million de dollars par rapport au budget, pour passer d'une prévision de 3,420 millions de dollars à un réel de 2,091 millions de dollars. La Société a de plus procédé à une réduction des dépenses de fonctionnement avant amortissement de 1,180 million de dollars. Toutes ces mesures ont été nécessaires afin de compenser le manque à gagner au chapitre des revenus.

Diagramme 1 - Crédits parlementaires



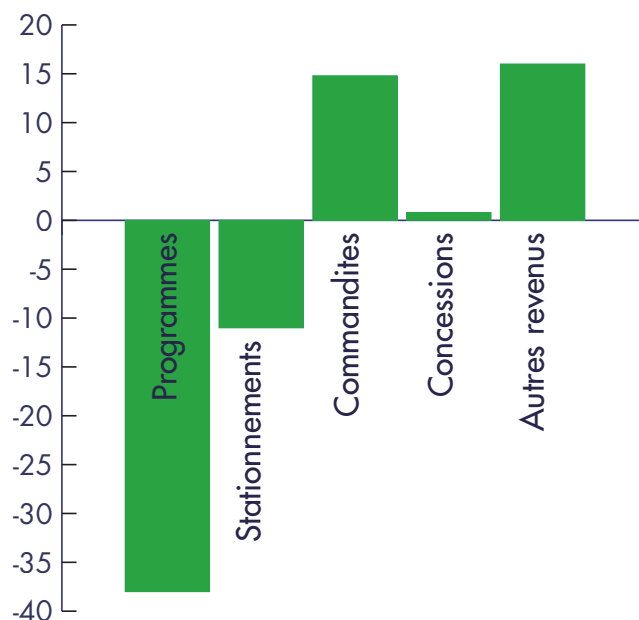
Faits saillants (suite)

Tableau 2 - Les produits d'exploitation (en milliers de dollars)

	Résultats 2001-2002	Budget 2001-2002	Écart entre les résultats et le budget	Résultats 2000-2001 (redressés)
• Programmes	3 752	6 051	- 2 299	5 306
• Stationnements	3 008	3 389	- 381	3 145
• Commandites	1 309	1 140	169	901
• Concessions	1 581	1 569	12	1 505
• Autres revenus	885	764	121	860
• Total des produits (avant amortissement)	10 535	12 913	- 2 378	11 717
• Amortissement des apports reportés	3 004			2 889
• Total des produits	13 539			14 606

Les revenus générés par les produits de la Société ont accusé une baisse de 1,182 million de dollars par rapport aux résultats de l'an dernier, passant de 11,717 millions de dollars en 2000-2001 à 10,535 millions de dollars en 2001-2002. Ces résultats représentent un manque à gagner de 18,4 % par rapport au budget 2001-2002, et de 10 % par rapport aux résultats. Le facteur principal de cette diminution des recettes se situe au niveau des programmes. Notons une augmentation par rapport aux prévisions de revenus générés par les commandites, les concessions et autres revenus, qui vient apporter une certaine compensation.

Diagramme 2 - Écarts entre les résultats et le budget 2001-2002 (en %)



Faits saillants (suite)

Tel qu'illustré au diagramme 3, les programmes (36 %) et les stationnements (29 %) sont les principales sources de revenus de la Société. Toutefois, la contribution des commandites (12 %) et des concessions (15 %) représente également un apport non négligeable.

Les programmes

De façon générale, les revenus annuels des programmes d'animation ont oscillé entre 3 et 4 millions de dollars depuis les cinq dernières années, sauf en 2000-2001 alors que les revenus des programmes d'animation ont atteint 5,306 millions de dollars. Cette dernière année exceptionnelle a été marquée par l'ouverture du Centre des sciences de Montréal et la présentation à son Cinéma IMAX® du film en 3 dimensions, PASSAGES, mettant en vedette le Cirque du soleil, qui a su recueillir la faveur

populaire. L'effet de nouveauté du Centre des sciences s'étant estompé, ajouté à la rareté de nouveaux films IMAX® en 3 dimensions constituent les principales causes de la diminution des revenus en 2001-2002.

Les stationnements

Depuis l'origine de la Société du Vieux-Port, les stationnements ont toujours représenté une importante source de revenus. Jusqu'à l'année 1999-2000, les revenus des stationnements sont demeurés relativement stables à environ 2 millions de dollars par année. Cependant, l'arrivée du Centre des sciences ainsi que l'augmentation de la tarification, due à l'introduction d'un nouveau système, ont entraîné un accroissement de ces revenus de 50 %, pour se situer maintenant à environ 3 millions de dollars.

Diagramme 3 -
Les produits d'exploitation
(avant amortissement)

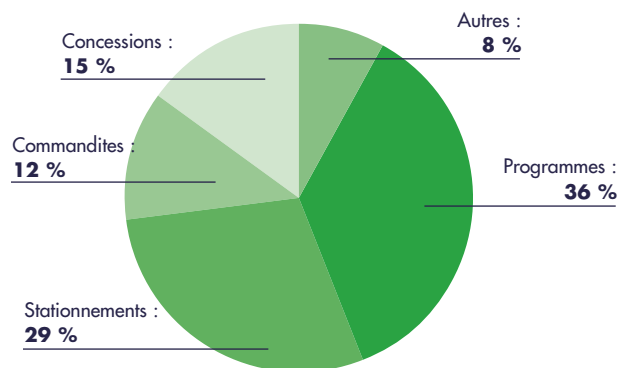
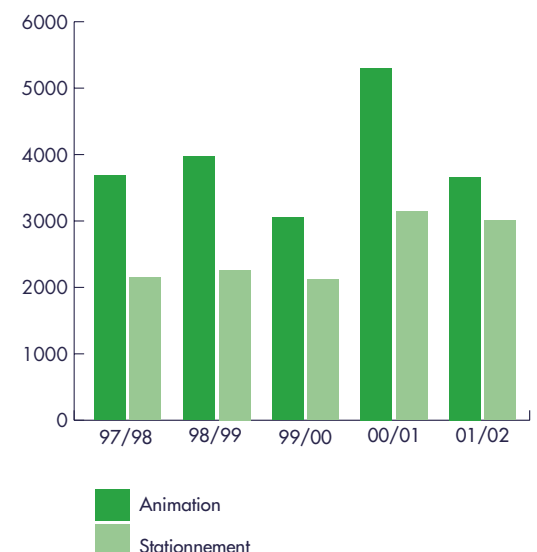


Diagramme 4 -
Revenus des programmes d'animation
et des stationnements (000 \$)



Faits saillants (suite)

Les commandites

La Société poursuit ses efforts pour accroître ses revenus de commandites. Au cours des quatre dernières années, ces revenus se sont maintenus à environ 850 000 dollars. En 2001-2002, la Société a réussi à hausser le niveau moyen des commandites de 141 000 dollars, en plus de recevoir de la Fondation du Centre des sciences un don de 243 000 dollars, ce qui lui a permis d'atteindre un sommet de revenus de 1,309 million de dollars.

Les concessions

Les revenus provenant des concessionnaires étaient à la baisse depuis 1997-1998, passant de 945 000 dollars à 743 000 dollars en 1999-2000. Depuis l'ouverture du Centre des sciences de Montréal, les revenus de la Société émanant des activités des concessions ont doublé, pour atteindre 1,581 million de dollars en 2001-2002. Ceci est dû notamment à l'addition, au Centre des sciences, de la Foire alimentaire avec ses sept comptoirs de service, des boutiques et du restaurant familial Porto Fiorentino.

Les autres revenus

Quant aux autres revenus, ils se maintiennent autour de 850 000 dollars depuis cinq ans. Ils ont atteint 885 000 dollars en 2001-2002. (Il s'agit ici essentiellement de revenus de placements, de revenus de publicités refacturées ainsi que des revenus des produits de la Société tels que La Balade, la patinoire, le Port d'Escale, etc.)

Diagramme 5 -

Revenus des commandites (000 \$)

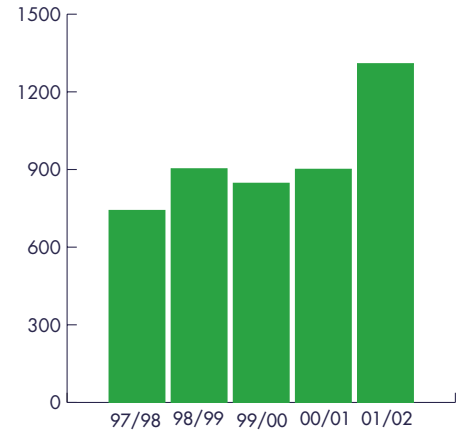
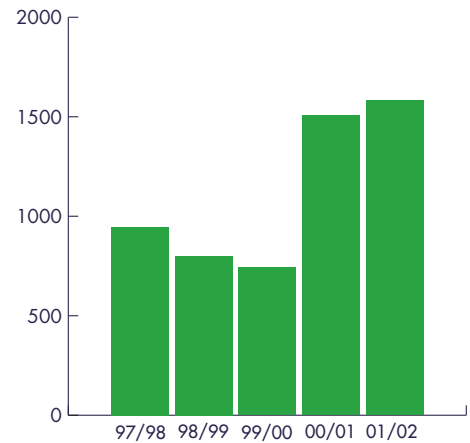


Diagramme 6 -

Revenus des concessions (000 \$)

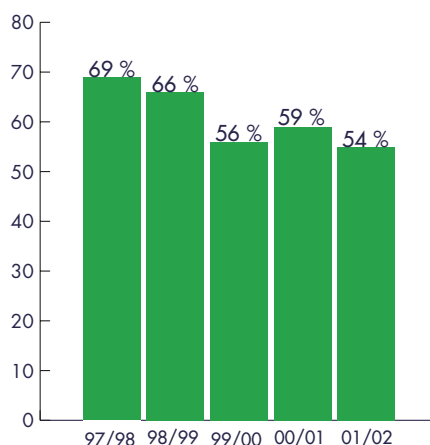


Faits saillants (suite)

La contribution des produits aux dépenses de fonctionnement avant les amortissements

Les revenus générés par les produits d'exploitation jouent un rôle complémentaire important au financement provenant des crédits parlementaires de base octroyés à la Société pour remplir sa mission. En 2001-2002, celle-ci s'était fixé comme objectif de financer à l'aide des revenus générés par ses produits 59 % de ses dépenses de fonctionnement, soit le même niveau que l'année précédente. Cependant, le manque à gagner au niveau de ces revenus a contrecarré ses visées, ceux-ci ne couvrant que 54 % du financement des dépenses, ce qui représente quand même une performance notable en comparaison d'autres organismes gouvernementaux semblables■

Diagramme 7 -
Contribution des produits
aux dépenses de fonctionnement
(avant les amortissements)



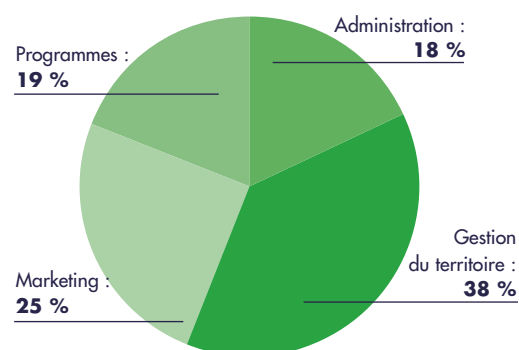
Utilisation des fonds

Tableau 3 - Dépenses de fonctionnement (en milliers de dollars)

	Résultats 2001-2002	Budget 2001-2002	Écart entre les résultats et le budget	Résultats 2000-2001 (redressés)
• Gestion du territoire	7 450	7 309	-141	7 595
• Marketing et service à la clientèle	4 898	4 970	72	4 345
• Programmes	3 708	4 850	1 142	4 253
• Administration	3 582	3 689	107	3 296
• Total des dépenses de fonctionnement (avant amortissement)	19 638	20 818	1 180	19 489
• Amortissement des immobilisations	3580			2 862
• Frais de lancement CSM	-			503
• Total des dépenses	23 218			22 854

De façon générale, la baisse de revenus avant amortissement de la Société l'a contrainte à réviser constamment ses projections budgétaires pour ses dépenses et ses revenus ainsi que l'organisation du travail, afin de respecter son budget. Des économies importantes de l'ordre de 1,180 million de dollars ou 5,7 % de l'ensemble de son budget ont été réalisées grâce à une réduction des dépenses associées à la main-d'œuvre, à l'élimination de programmes et de services, et à la réduction de l'entretien des équipements, des immeubles et des terrains. Le résultat au niveau des dépenses de cette année représente une hausse d'à peine 1 % par rapport aux dépenses de l'année 2000-2001. La ventilation des dépenses de fonctionnement présentée au diagramme 8 montre que la gestion du territoire (38 %) et le marketing (ventes, communications et service à la clientèle) (25 %) sont les deux postes de dépenses les plus importants de la Société.

Diagramme 8 -
Dépenses de fonctionnement
2001-2002

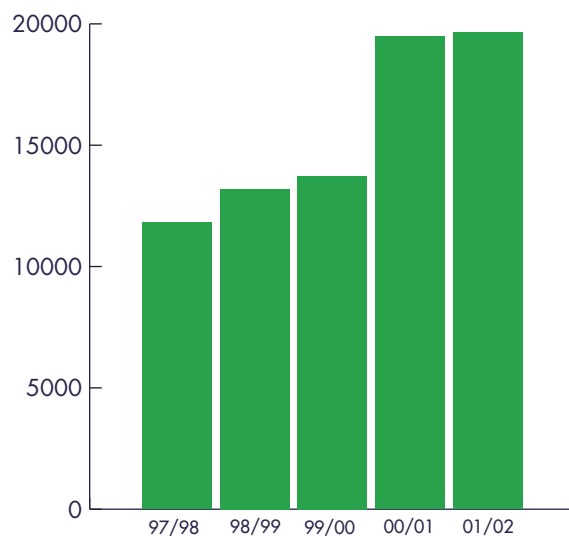


Utilisation des fonds (suite)

Une gestion serrée des dépenses a donc permis à la Société de maintenir un équilibre budgétaire, éliminant ainsi le recours à une demande d'augmentation de ses crédits parlementaires.

L'augmentation marquée de ses dépenses de fonctionnement depuis l'année 2000-2001 est évidemment due à l'arrivée du Centre des sciences de Montréal.

Diagramme 9-
Dépenses de fonctionnement
1997-2002 (000 \$)
(avant amortissement)



Utilisation de fonds (suite)

Gestion du territoire

Les dépenses relatives à la gestion du territoire ont été inférieures à l'année précédente mais supérieures au budget prévu de 141 000 dollars soit 2 %. Cet écart provient d'un élément de redressement dû à la comptabilisation des actifs qui a été nécessaire et a affecté les coûts de gestion du territoire à la hausse d'environ 600 000 dollars et à une réduction de certaines dépenses.

Marketing, ventes, communications et service à la clientèle

Dans un effort d'accroissement de ses revenus et de sa visibilité ainsi que de la notoriété du Centre des sciences, durant les derniers mois de l'année, la Société a investi des sommes additionnelles en publicité. L'augmentation de ses investissements en recherches et analyses de marché ainsi que la diffusion, en fin d'année, d'une publicité télévisuelle s'adressant au grand public justifient une hausse de dépenses de 553 000 dollars par rapport à l'année dernière. Ces investissements ont eu un impact positif sur les revenus de la dernière période de l'année et devraient avoir un effet similaire pour l'année 2002-2003. Notons que les dépenses attribuées au marketing (ventes, communications et service à la clientèle) ont toutefois été inférieures au budget prévu de 72 000 dollars, soit 1,4 %.

Programmation

La Société a réalisé des économies de près de 545 000 dollars ou 12,8 % en comparaison de l'année dernière, et de 1,142 million de dollars, soit 23,5 % par rapport au budget. Les causes en sont multiples : réduction de la masse salariale par la modification des horaires d'ouverture du Centre des sciences, diminution des coûts de films et d'entretien du matériel du Cinéma IMAX® (occasionnée par la baisse d'achalandage), réduction des frais de développement, de production et d'entretien des expositions ainsi qu'une réduction au niveau des contrats d'animation.

Administration

Comme l'indique le tableau 3, les dépenses d'administration représentent une augmentation de 286 000 dollars par rapport à l'année dernière, soit une hausse de 8,7 %. Cet écart s'explique en grande partie par l'augmentation de la masse salariale, incluant les coûts de santé et sécurité, partiellement compensée par des réductions importantes des dépenses relatives à la formation et aux frais de bureau réalisées dans le cadre de l'exercice du contrôle des dépenses.

En comparant les résultats aux prévisions budgétaires de l'année 2001-2002, il ressort que les réductions de dépenses, notamment en ce qui a trait aux frais de bureau, se chiffrent à 107 000 dollars, soit une réduction de 2,9 % par rapport aux prévisions■

Utilisation des fonds (suite)

Tableau 4 - Dépenses d'investissement (en milliers de dollars)

Dépenses d'investissement	Résultats 2001-2002	Budget 2001-2002	Écart entre les résultats et le budget	Résultats 2000-2001 (redressés)
• Financées par crédits parlementaires	2 091	3 420	1 329	4 820
• Financées par des apports externes	344			5 500
• Total des dépenses	2 435			10 320

Depuis le 1er avril 2001, la Société doit comptabiliser ses dépenses d'immobilisations comme actifs à ses livres. Les immobilisations requises doivent être constatées au coût et amorties annuellement.

Un inventaire complet a été effectué pour les acquisitions faites par la Société depuis sa fondation. Une partie importante des actifs est déjà comptabilisée dans les livres de Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC), qui en est le gardien. Les terrains, quais, immeubles font notamment partie de ces actifs. À compter du 1er avril 2001, les dépenses d'immobilisations encourues par la Société sur ces actifs sont comptabilisées comme améliorations locatives dans ses livres. Les résultats de l'exercice 2000-01 ont été redressés pour tenir compte de ces nouvelles exigences.

Pour l'exercice 2001-2002, la réduction des dépenses de 1,329 million de dollars a été nécessaire afin de compenser le manque à gagner au chapitre des revenus et ainsi éviter d'avoir recours à une demande de hausse de crédits parlementaires. ■

Le statut de société d'État

La Société du Vieux-Port de Montréal inc. (La Société) est une société commerciale qui a été constituée le 26 novembre 1981 en vertu de la Loi canadienne sur les sociétés par actions. Elle est une filiale à part entière de la Société immobilière du Canada limitée (SIC), laquelle est une société d'État inscrite à la partie I de l'annexe III de la Loi sur la gestion des finances publiques.

La Société exécute son mandat au nom et pour le compte du ministre des Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC), qui conserve le titre de la propriété des immobilisations pour le bénéfice de Sa Majesté. Elle doit, en vertu d'un décret (C.P. 1987-86), rendre des comptes comme une société d'État mère, mandataire de Sa Majesté. Depuis août 2002, la Société rend des comptes par l'intermédiaire du ministre des Transports, l'honorable David Collenette.

Son mandat

Le mandat de la Société consiste à développer et à promouvoir le développement du territoire du Vieux-Port de Montréal ainsi qu'à administrer, gérer et entretenir les biens de Sa Majesté.

Sa mission

Gérer, développer et animer un site récréotouristique et culturel urbain, carrefour de loisirs et de découvertes.

Ses valeurs

Elle valorise :

- Une offre diversifiée de produits récréotouristiques, animés et accessibles au plan physique, économique et culturel;
- Une organisation centrée sur les besoins, les attentes et la satisfaction de chacune de ses clientèles;
- Une gestion efficace, efficiente et économique;
- Au sein de ses équipes et chez ses partenaires: le dynamisme, la créativité et l'audace;
- Ses employés et leur contribution au développement et au maintien d'un esprit d'équipe productif et stimulant;
- La qualité de l'architecture et du design de ses bâtiments, de ses aménagements et de ses équipements;
- La conservation et la mise en valeur du patrimoine dont elle est la gardienne;
- Le développement continu, planifié et réalisé dans un but durable et évolutif.

Les objectifs stratégiques

L'ensemble des activités de la Société peut se regrouper à l'intérieur de quatre grands domaines-clés d'activités, soit : la gestion et le développement d'un parc urbain, la production et l'exploitation d'activités culturelles, la conservation et la protection du patrimoine architectural, foncier et paysager, et la gestion efficace, efficiente et économique de la société d'État. Celle-ci s'est fixé six grands objectifs stratégiques pour lui permettre de réaliser sa mission :

Qualité de l'accueil – Devenir un modèle en matière de service à la clientèle.

Intérêt des activités – Offrir une programmation diversifiée et distincte, répondant et anticipant les besoins et les désirs des clientèles locales et étrangères.

Rayonnement, image et notoriété – Tout en assurant la visibilité de son actionnaire, être reconnue et appréciée de sa clientèle.

Qualité des installations – Maintenir le site dans un état optimum et assurer l'amélioration des installations.

Rentabilité de l'exploitation – Minimiser la contribution nécessaire de l'actionnaire au fonctionnement.

Gestion des ressources humaines – Assurer l'adéquation des ressources humaines et poursuivre la responsabilisation, la motivation et l'imputabilité des employés. Développer le sentiment d'appartenance des employés au Vieux-Port.

La régie de la Société

Le conseil d'administration

Les opérations de la Société sont supervisées par un conseil d'administration dont les membres sont nommés par la Société immobilière du Canada limitée. En 2001, le conseil d'administration rendait des comptes au ministre, Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC). Depuis août 2002, le conseil rend des comptes au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Transports, l'honorable David Collenette.

Le conseil est composé d'un président et de six administrateurs. Les réunions mensuelles du conseil lui permettent de s'acquitter de ses responsabilités de planification de l'organisation et de la gestion des ressources humaines, matérielles et financières ainsi que de s'assurer de l'intégrité des systèmes de contrôle internes et d'une reddition pertinente des comptes. Des rapports de rendement sont communiqués régulièrement au conseil. Les membres du conseil d'administration agissent conformément aux exigences de la Loi sur la gestion des finances publiques.

Président



M. Bernard Lamarre Ing., O.C., O.Q.

M. Lamarre a été PDG de LAVALIN INC. pendant de nombreuses années et conseiller de SNC LAVALIN INC., et a participé à une grande variété de projets, tant au Canada qu'à l'étranger. Ses compétences sont soulignées par le grand nombre de conseils d'administration sur lesquels il est appelé à siéger à titre de président ou d'administrateur, ainsi que par la liste impressionnante de doctorats *honoris causa* qui lui ont été conférés.

Administrateurs



Mme Hélène Béïque CPM

Mme Béïque a développé une expertise dans les domaines de l'immobilier et de la commercialisation. À titre de présidente du Groupe Archi plus inc., elle a agi à titre de promoteur de plusieurs projets immobiliers. À titre de vice-présidente du Centre d'analyse du marché immobilier inc (CAMI), elle conseille les développeurs tant privés que parapublics dans le domaine immobilier, au niveau de l'analyse des marchés et des clientèles ainsi que des programmes de développement, de marketing et de vente. Elle est présentement directrice du marketing immobilier pour la compagnie R.O. international inc.



Mme Phyllis Lambert O.C., C.Q., O.A.L., F.I.R.A.Q.

Phyllis Lambert est une architecte reconnue pour sa contribution à l'architecture contemporaine et pour sa défense des aspects sociaux de la conservation urbaine. Directrice fondatrice et présidente du conseil des fiduciaires du Centre canadien d'architecture, elle dirige des projets de recherche, contribue à de nombreuses publications et a été commissaire de plusieurs expositions. Elle est membre de divers jurys internationaux d'architecture et d'aménagement urbain, membre de conseils universitaires et conférencière invitée auprès d'universités tant au Canada qu'à l'étranger. Elle s'est vue décerner un grand nombre de récompenses professionnelles, de grades et de distinctions honorifiques, dont celle de compagnon de l'Ordre du Canada.

Administrateurs (suite)



M. Vincent Arciresi

M. Arciresi a reçu une formation de géomètre et technicien en génie civil et architecture. Il a assuré la gérance de projets d'envergure tels que l'autoroute Ville-Marie, le Complexe Desjardins, le Village et le Stade olympique. Propriétaire de Viarco inc., il a réalisé plusieurs projets de construction tels des écoles, hôtel de ville, hôpitaux ainsi que des projets de résidences et d'habitations. Il a siégé à titre de président ou vice-président sur le conseil d'administration de plusieurs organismes communautaires. Il a été conseiller municipal à la Ville de St-Léonard. Depuis 1990, il a été président de la Commission scolaire Jérôme-Le Royer et est présentement président de la Commission scolaire de la Pointe de l'Île.



M. Raymond Cyr O.C.

Ingénieur de formation, M. Cyr est actuellement président du conseil d'administration de Polyvalor inc. Au cours de sa carrière, il a occupé plusieurs postes-clés chez Bell Canada, dont celui de président, chef de la direction et président du conseil. Il a de plus été le président du conseil et chef de la direction de BCE inc. Il siège sur plusieurs conseils d'administration, dont celui d'Air Canada et du Canadien National. Il est le lauréat de nombreux prix, incluant la médaille d'or des ingénieurs du Canada et le prix de gestion de l'Université McGill. Il est officier de l'Ordre du Canada.



M. Pierre Michaud

M. Michaud est président du conseil de Provigo inc. depuis 1993. Il a joué un rôle dans la fusion de Provigo/Loblaws. En 1995, il a été l'instigateur du concept « entrepôt » au Québec en lançant les magasins Réno-dépôt. Cette raison sociale s'étend maintenant jusqu'en Ontario, sous la nomenclature commerciale « Building Box ». Il est membre de plusieurs conseils d'administration dans les domaines bancaire, alimentaire et de l'investissement. Il s'est impliqué en tant que président dans les campagnes de financement pour l'hôpital Ste-Justine, Centraide et la recherche en dystrophie musculaire. Il a été le promoteur de l'auberge Réno-dépôt (Camp Papillon) qui fournit un hébergement aux enfants handicapés et à leur famille. M. Michaud poursuit toujours son travail communautaire.

Administrateurs (suite)



M. Jocelyn Proteau

Expert financier, M. Proteau a poursuivi sa carrière au sein du Mouvement Desjardins, ce qui l'a amené à assumer la présidence et direction de la Fédération des caisses de Montréal et de l'Ouest du Québec, de 1989 à 2001. Il a occupé pendant près de 10 ans la présidence du Conseil d'investissement Desjardins, société de capital de risque du Mouvement. Il en occupe encore la présidence du comité d'investissement. Il a présidé plusieurs campagnes de financement pour des organismes tels que Centraide du Grand Montréal et La Fondation de l'Université du Québec à Hull. Il est membre de plusieurs conseils des gouverneurs et d'administration, dont celui de l'École des hautes études commerciales. Il est commandeur de la Fondation EPIC.

L'équipe de la haute direction



Mme Claude Benoît,
Présidente et chef de la direction



Mme Dany Bleau, CA,
Vice-présidente, administration et ressources humaines



M. Pierre-Luc Brodeur (jusqu'en décembre 2001)
Vice-président, gestion du territoire



M. Pierre Fortin,
Vice-président, marketing et service à la clientèle



M. Benoît Légaré,
Vice-président, programmation

Contexte général

Un mandat renouvelé

Après 20 années d'existence, un examen du mandat de la Société a été réalisé en 2001 sous la direction de Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC), en collaboration avec le Bureau du Conseil privé, le Secrétariat du Conseil du Trésor, la Société du Vieux-Port de Montréal, la Société immobilière du Canada, Patrimoine canadien et Parcs Canada, ainsi que Développement économique Canada.

Les **objectifs généraux** de l'examen du mandat de la Société du Vieux-Port de Montréal étaient les suivants :

- Faire le bilan des réalisations de la Société du Vieux-Port de Montréal en fonction du mandat établi par le gouvernement lors de sa création, en 1982.
- Évaluer le potentiel socio-économique du Vieux-Port et les dépenses qui s'y rattachent.
- Examiner les politiques, les objectifs ainsi que les stratégies du gouvernement à l'égard du Vieux-Port, et définir son mandat.
- Élaborer la structure de régie appropriée et les autres exigences pour la mise en œuvre efficace de la vision du gouvernement du Canada.

Les conclusions de cet examen ont été soumises à l'honorable Alfonso Gagliano. À la suite du remaniement ministériel de janvier 2002, le vice-premier ministre, ministre des Finances et ministre de l'Infrastructure et des sociétés d'État, l'honorable John Manley a repris le dossier. Depuis le mois d'août 2002, la Société est sous la responsabilité du ministre des Transports, l'honorable David Collenette.

Dès que les décisions du gouvernement seront rendues, la Société s'assurera que les compétences et les mécanismes de gestion requis pour assumer ses nouvelles responsabilités seront disponibles et accessibles.

Un environnement en transformation

L'impact des investissements majeurs des gouvernements et de l'entreprise privée dans l'arrondissement Ville-Marie et dans le Vieux-Port de Montréal au cours des cinq dernières années se fait maintenant sentir en ce qui a trait à la consommation de produits de loisirs et d'activités culturelles dans le Vieux-Port de Montréal.

Le domaine de l'hôtellerie a connu un accroissement de 2 400 chambres dans le Vieux-Port de Montréal, grâce à des investissements de plus de 88 millions de dollars au cours des quatre dernières années. Le secteur résidentiel a, lui aussi, connu une augmentation importante puisque, depuis 1998, 1 128 logements se sont ajoutés aux unités de logements existantes, créant ainsi pour le Vieux-Port une nouvelle clientèle de proximité. Avec ses projets d'investissements de plus de 170 millions de dollars, la Cité multimédia, adjacente au Vieux-Port, créera un apport de travailleurs ayant des besoins spécifiques en loisirs, restauration, détente et réunions corporatives. L'agrandissement du Palais des congrès, au coût de 200 millions de dollars, amènera également au Vieux-Port une clientèle neuve de congressistes et de gens d'affaires, à la recherche d'activités récréatives. Finalement, la réouverture du canal de Lachine, en mai 2002, devrait hausser la fréquentation du secteur ouest du Vieux-Port, ainsi que le tourisme nautique.

Contexte général (suite)

Un acteur dans la communauté

La Société est reconnue depuis plusieurs années par divers organismes touristiques pour la qualité de son service à la clientèle. Elle jouit d'une excellente réputation et est bien implantée dans le milieu récréotouristique et culturel de Montréal. La Société participe activement à divers comités de réflexion, de coordination et d'orientation stratégique.

En mai 2001, la Société s'est vue décerner le Lauréat national d'or, dans la catégorie *Attraction Touristique – 100 000 visiteurs et plus*, pour l'apport innovateur et structurant du Centre des sciences de Montréal.

La Société a, par ailleurs, renforcé ses liens avec les organismes locaux et, plus particulièrement :

- avec l'équipe du Palais des congrès et du Quartier international, ainsi qu'avec les représentants de la nouvelle administration municipale;
- avec Parcs Canada, Communication Canada, Développement économique Canada, Travaux publics et services gouvernementaux Canada et la Ville de Montréal pour la réouverture du canal de Lachine et les célébrations qui y sont rattachées, en mai 2002 ;
- avec les résidants et commerçants du Vieux-Montréal et les associations de commerçants; ainsi une base solide de dialogue a été établie avec les intervenants concernés, grâce à laquelle plusieurs impacts (bruits, embouteillages, etc) des activités de la Société sur le quartier ont pu être abordés et pour lesquels des mesures ont pu être proposées.

Une offre riche et diversifiée

La Société travaille constamment à l'élaboration d'une offre variée d'activités pour la population du Canada et pour les touristes étrangers, afin d'encourager : la détente et le plein air, la diffusion et l'appropriation de la richesse et de la diversité de la culture canadienne, le développement de la culture scientifique et technique, la promotion des arts visuels et des arts d'interprétation ainsi que l'interprétation du patrimoine maritime et portuaire du Vieux-Port. Le renouvellement des activités pour répondre aux besoins changeants de la population et le potentiel d'attraction de ces activités sur divers segments de la population constituent des défis que la Société continuera à relever dans le futur.

Un partenaire concurrentiel

Depuis quelques années, Montréal a vu se multiplier la concurrence dans des domaines connexes aux activités de la Société tels que le cinéma, les parcs thématiques, les événements majeurs, les institutions muséales, etc. Pour faire face à cette situation, la Société veut renforcer son positionnement par la valeur ajoutée de l'exclusivité et de l'originalité de son offre, et par la synergie recherchée entre ses produits, ses activités et les grands thèmes exploités par ses partenaires.

De plus, dans ce contexte de concurrence importante, le maintien de relations étroites et nourries avec ses commanditaires demeure une priorité de première importance; la Société a donc mis sur pied diverses activités pour s'assurer de leur fidélité, de leur satisfaction ainsi que de l'atteinte des objectifs auxquels ils sont associés■

La performance opérationnelle

I. La gestion et le développement d'un parc urbain

Le Vieux-Port offre à ses visiteurs une vitrine sur le fleuve, un lieu de détente et d'activités de plein air. Il propose des services reliés à l'accès et l'accueil, des services de prévention et de protection des installations et des visiteurs à l'intérieur de ce parc, ainsi que des stationnements facilitant l'accès au site.

OBJECTIF

Qualité de l'accueil - Devenir un modèle en matière de service à la clientèle.

STRATÉGIES ET TACTIQUES

Offrir un service à la clientèle hors pair.

- Poursuivre et consolider la formation en service à la clientèle.

Mobiliser les partenaires et les employés autour d'un programme commun de service à la clientèle.

- Diffuser la politique de service à la clientèle et en assurer l'application.

RÉSULTATS 2001-2002

- **Formation.** Le service à la clientèle demeure à l'avant-plan des activités de la Société. Pour en maintenir la qualité, elle a développé et livré un programme de formation corporative à tous les employés du site au printemps 2001, qui inclut la diffusion de la mission, des valeurs et des normes de service à la clientèle en vigueur à la Société.
- **Satisfaction.** La Société a continué d'appliquer sa politique, ce qui se traduit par un taux élevé de satisfaction (83 %) des visiteurs quant à l'accueil du personnel sur le site, 51,9 % s'en disant très satisfaits et 31,1 %, satisfaits.
- **Plaintes.** Malgré une augmentation de près de 1 million de visiteurs sur le site, il n'y a eu aucune augmentation du nombre de plaintes.

La performance opérationnelle (suite)

RÉALISATIONS 2001-2002

Les visiteurs

Le Vieux-Port de Montréal a connu, encore cette année, un achalandage record, soit 8 millions de personnes/visites. Au cours des 5 dernières années, le site du Vieux-Port de Montréal a accueilli, en moyenne, un peu plus de 6,5 millions de visiteurs annuellement. Les trois dernières années furent exceptionnelles à ce titre puisqu'on enregistrait 6,7 millions de personnes/visites en 1999, 7,3 millions en 2000 et 8,08 millions en 2001.

Provenance des visiteurs

Au fil des années, la clientèle du Vieux-Port provenant de la région de Montréal s'est accrue considérablement, passant de 47 % en 1996, à 80 % en 2001. Le Vieux-Port est donc de plus en plus ancré dans la vie montréalaise, non seulement à cause de son site unique, mais aussi à cause des activités qu'on y retrouve. Quoique la proportion de touristes ait baissé, le nombre absolu de visiteurs-touristes n'a que peu fléchi à cause de l'augmentation globale du nombre de visiteurs sur le site.

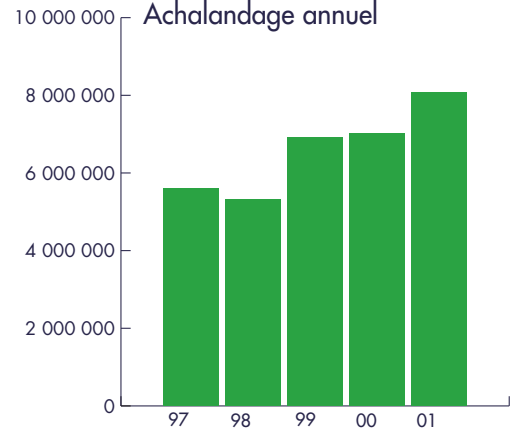
Des visiteurs satisfaits de l'accueil qui leur est réservé...

Offrir à ses visiteurs un accueil chaleureux qui répond à leurs attentes et à leurs besoins est de toute première importance pour la Société. C'est pour cette raison qu'elle revoit régulièrement ses normes de service à la clientèle avec ses partenaires, et qu'elle investit dans la formation de ses employés.

Au cours de l'été 2001, les visiteurs ont manifesté un niveau élevé de satisfaction lors de leur visite sur le site du Vieux-Port.

Diagramme 10 -

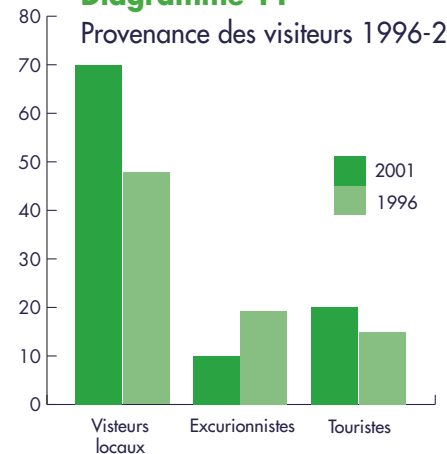
Achalandage annuel



Source : Sodem, Profil des clientèles du Vieux-Port de Montréal, saison estivale, septembre 2001

Diagramme 11 -

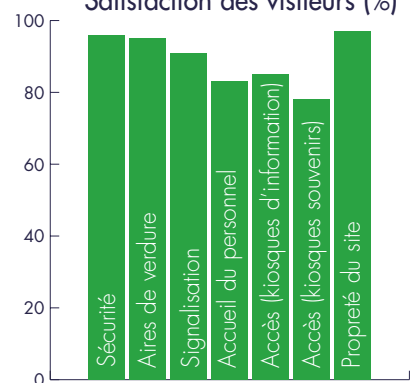
Provenance des visiteurs 1996-2001



Source : Pensem Conseil, Activité économique au Vieux-Port de Montréal, et ses retombées en 1996-1997, novembre 1997

Diagramme 12 -

Satisfaction des visiteurs (%)



Source : Sodem, Profil des clientèles du Vieux-Port de Montréal, saison estivale, septembre 2001

La performance opérationnelle (suite)

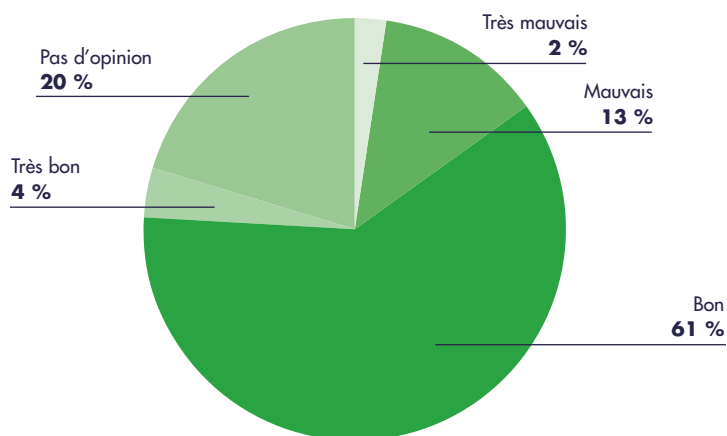
... et du rapport qualité/prix

La Société poursuit ses efforts pour offrir à ses diverses clientèles des produits et activités de qualité, à des prix accessibles et compétitifs. Ainsi, 64,6 % des visiteurs de la période estivale 2001 ont trouvé bon (60,8 %) ou très bon (3,8 %) le rapport qualité/prix de leur visite sur le site du Vieux-Port de Montréal. Seulement 15 % des visiteurs ont trouvé le rapport qualité/prix mauvais.

En 2001-2002, afin d'améliorer l'accueil du public, la Société a porté une attention particulière à son système de péage du

stationnement, encore en rodage. Bien que le fonctionnement s'en soit amélioré par rapport à l'année 2000-2001, certaines situations (soirées de spectacles ou de feux d'artifice, par exemple) posent encore un défi aux capacités d'accueil, et ont un impact négatif sur les délais d'attente des visiteurs. Malgré la baisse significative de 30 % de l'achalandage du Centre des sciences de Montréal, la Société a tout de même réussi à contenir la réduction des revenus de stationnement à 4 %, ce qui équivaut à une baisse d'environ 137 000 dollars par rapport aux résultats de l'année 2000-2001 ■

Diagramme 13 -
Appréciation du rapport qualité/prix



Sodem. Profil de clientèles du Vieux-Port de Montréal, saison estivale. Septembre 2001

La performance opérationnelle (suite)

PERSPECTIVES 2002-2003

- La Société poursuivra ses efforts pour maintenir le taux de satisfaction de sa clientèle à un niveau élevé.
- La Société poursuivra l'évaluation de la performance de son Service de stationnement et mettra notamment l'accent sur une meilleure adaptation de ses fonctions aux besoins de ses clientèles.
- Elle continuera d'offrir à ses visiteurs un environnement propre, sécuritaire et accueillant, afin de maintenir un achalandage élevé.
- Elle complètera l'implantation de son programme de signalisation■

La performance opérationnelle (suite)

2. La production et l'exploitation d'activités culturelles

Ce domaine d'activités du Vieux-Port a pour but d'assurer la diffusion et l'appropriation de la richesse et de la diversité de la culture canadienne. Il englobe les activités rattachées au développement de la culture scientifique et technique, notamment les programmes des expositions interactives et des actions culturelles et éducatives, et comprend également le Cinéma IMAX® et le ciné-jeu IMMERSION. La production regroupe aussi l'ensemble des activités et événements dans les secteurs des arts visuels et des arts d'interprétation, tels les œuvres exposées sur le site, les spectacles et les artistes de performance. Ce secteur couvre aussi l'interprétation du patrimoine du Vieux-Port et la mise en valeur de son caractère historique, maritime et portuaire, auxquels se rajoutent les fonctions de soutien, les commerces et les stationnements.

<p>OBJECTIF Intérêt des activités - Offrir une programmation diversifiée et distincte, répondant et anticipant les besoins et les désirs des clientèles locales et étrangères.</p>	
<p>STRATÉGIES ET TACTIQUES</p> <p>Déterminer les axes de développement de la programmation de manière à rationaliser et à canaliser les actions.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenir une veille des nouveaux produits et des opportunités, en fonction des clientèles. 	<p>PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002</p> <p>Partenariat. En plus d'une veille pour les nouveaux produits, la Société a adopté une approche proactive dans la coproduction ou la codiffusion d'activités, d'événements et de produits.</p>
<p>Augmenter et consolider l'offre de programmation en sciences et technologies afin de favoriser de nouvelles visites et des visites répétées.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en œuvre le programme d'action culturelle. • Optimiser l'impact et la pénétration des programmes d'action éducative. • Consolider le programme des expositions et les contenus. • Poursuivre les programmes de sensibilisation aux carrières en sciences et technologies. • Renforcer les relations avec les commanditaires, les industries et les différents réseaux de partenaires en vue de les intégrer au développement de nouveaux produits. • Développer le WEBZINE du site web iSci (maintenant nommé le Centre des sciences de Montréal). • Optimiser le produit IMMERSION. 	<p>Programmation. L'offre de programmation a été augmentée sous plusieurs volets :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un comité de programmation a été mis sur pied; • le programme d'action culturelle s'est accru de deux événements vedettes : <i>Science! On joue</i> et les <i>Robofolies</i>; • deux programmes éducatifs ayant pour thèmes le cœur et la robotique, destinés aux groupes du primaire et élaborés en l'an 2000, ont continué leur performance; un programme destiné aux étudiants du secondaire, <i>Arctic 2 ne répond plus...</i>, s'y est ajouté; • un programme de renouvellement des expositions a été planifié afin de susciter l'intérêt des clientèles existantes et de mieux cibler de nouveaux visiteurs.

La performance opérationnelle (suite)

STRATÉGIES ET TACTIQUES	PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002
<p>Développer l'offre de programmation de destination et l'animation « quatre saisons » en culture et loisir.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir une programmation estivale et une programmation hivernale. • Étaler la programmation estivale 2001 sur une plus longue période et pour une diversité accrue de publics. • Consolider et développer le plan directeur de développement du Vieux-Port de Montréal. • Établir un plan de développement des affaires et de renouvellement des commerces et des divertissements. 	<p>Milieu scolaire. Les liens avec le milieu scolaire ont été consolidés grâce à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la mise sur pied du comité pédagogique; • la réalisation d'un cahier pédagogique à l'usage des enseignants; • la création de soirées « <i>Portes ouvertes</i> » s'adressant aux enseignants du primaire et du secondaire de la région montréalaise. <p>Liens avec le milieu. La Société a capitalisé davantage sur les connaissances et l'expérience de ceux qui travaillent dans des domaines connexes en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - participant activement aux associations et congrès en muséologie, communication scientifique, culture, éducation, et autres. <ul style="list-style-type: none"> • Ces interventions ont permis d'attirer de nouveaux visiteurs. En effet, durant l'année écoulée, 58 % des visiteurs du Centre des sciences en étaient à leur première visite. <p>Programmation. La Société a continué d'accroître sa programmation en vue d'atteindre une plus grande diversité de publics en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • offrant de nouveaux produits ethnoculturels tels que <i>Matsuri Japon</i>, <i>la Salsa</i>, etc.; • présentant la deuxième édition des <i>Mosaicultures internationales</i>; • introduisant le <i>Cinéma en plein air Labatt bleue</i> (6 films présentés en plein air sur la scène Bonsecours). <p>Animation. Elle a de plus étendu son animation sur une plus longue période par :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la présentation d'un feu d'artifice dans le cadre de <i>Montréal en lumière</i> durant l'hiver 2002; • l'animation de sa patinoire qui, au cours de l'hiver 2001-2002, a connu un achalandage record d'environ 53 000 patineurs.

La performance opérationnelle (suite)

STRATÉGIES ET TACTIQUES

PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002

Développement - 2001-2002 a été l'occasion du renouvellement d'ententes avec des partenaires stratégiques, dans le cadre d'une vision à long terme :

- Un « Plan de développement de la programmation et des aménagements récréotouristiques 2001-2006 » a été élaboré;
- Des ententes ont été conclues avec nos concessionnaires pour consolider l'offre de produits existants et nouveaux.

RÉALISATIONS 2001-2002

De nombreuses activités...



Mosaïcultures internationales



Fête du Canada

L'achalandage record de 8 millions de visiteurs cette année est certainement attribuable au maintien des grandes activités « caractéristiques » du site, à la présentation de nouvelles activités maritimes et d'animation, au retour des *Mosaïcultures* et à une plus grande visibilité dans de nombreux médias grâce, notamment, à la télédiffusion en direct de l'émission *Tam Tam* à Radio-Canada durant tout l'été 2001. La Société a offert cette année une moyenne d'un peu plus de 8 spectacles par jour au cours de ses 100 jours de programmation estivale, auxquels s'ajoutent des événements d'animation et plusieurs manifestations mettant en valeur des artistes en arts visuels, en arts d'interprétation et en performance.

De plus, dans un effort de diversification et d'étalement de sa programmation, la Société a réalisé une première en présentant un feu d'artifice dans le secteur Bonsecours, le 23 février 2002, dans le cadre d'un nouveau partenariat avec *Montréal en lumière*.

La performance opérationnelle (suite)

... Et des produits et services populaires...

Les produits et services de plein air, tels les croisières et les locations d'équipements de sport, ont donné de bons résultats financiers et même, dans certains cas, dépassé les prévisions, rendant ces services disponibles à plusieurs milliers de clients durant la saison.

Plusieurs nouveaux produits ont fait leur apparition durant l'été 2001 qui ont rapidement recueilli la faveur populaire. Parmi les innovations de cette année, notons les trottinettes électriques et le *Labyrinthe du hangar 16*.

... Sous un soleil radieux

Le beau temps qui caractérise la saison estivale a suscité un achalandage important pendant les week-ends dont, notamment, celui des Fêtes du Canada. Les 5 à 7 du *Belvédère*, quant à eux, sont devenus, sans contredit, l'activité fétiche des jeunes travailleurs de 25 à 35 ans, nouveau segment de clientèle attiré pour une première fois au Vieux-Port.

S'éduquer en s'amusant...

Au Centre des sciences, la Société a offert à la population des expositions renouvelées et a introduit un nouveau programme éducatif destiné aux étudiants du secondaire, qui s'ajoute aux programmes existants s'adressant déjà à leurs cadets.

Les événements du Centre des sciences ont connu leur part de succès. Il faut souligner la performance extraordinaire de l'événement *Science! On joue* durant la période des fêtes, dont le thème portait sur la science dans les jeux et les jouets. La deuxième édition de *Robofolies*, durant le congé scolaire de mars, a provoqué une invasion de robots dans tous les recoins du Centre des sciences et proposé plusieurs activités d'initiation au fonctionnement de ces nouvelles machines. Ces deux événements ont attiré à eux seuls une clientèle diversifiée de près de 45 000 visiteurs, battant les records d'achalandage à ce jour.

... Pour un bon rapport qualité/prix

Les visiteurs du cinéma IMAX® et du ciné-jeu IMMERSION se sont déclarés satisfaits du rapport qualité/prix qui leur est offert. En effet, ils ont indiqué un taux de satisfaction de 87 % pour ce qui est du rapport qualité/prix au cinéma IMAX®, l'estimant être très bon (54 %) et bon (33 %), alors que les participants au ciné-jeu IMMERSION ont démontré un taux de satisfaction de 85 %.



Science ! On joue

La performance opérationnelle (suite)

PERSPECTIVES 2002-2003

- Poursuivre les efforts afin de consolider l'offre des produits estivaux et le développement de produits hivernaux pour le parc du Vieux-Port.
- Poursuivre les efforts pour accroître la notoriété et l'achalandage du Centre des sciences de Montréal.
- Compléter et livrer les nouveaux produits prévus à la programmation du Centre des sciences.
- Améliorer son approche WEB en fonction de mieux cibler les marchés, et en vue d'augmenter la diffusion de la culture scientifique et technique.

La performance opérationnelle (suite)

OBJECTIF

Rayonnement, image et notoriété - Tout en assurant la visibilité de son actionnaire, être reconnue et appréciée de sa clientèle.

STRATÉGIES ET TACTIQUES

Mettre en valeur les différentes activités et produits du Vieux-Port.

- Accroître la notoriété du centre iSci (maintenant dénommé Centre des sciences de Montréal).
- Repositionner les activités et le centre iSci (maintenant dénommé Centre des sciences de Montréal).
- Consolider l'offre selon les clientèles cibles.

PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002

Une stratégie en 3 volets a été mise en oeuvre afin d'atteindre cet objectif :

- **Identité.** Le changement de dénomination et de logo du centre iSci pour le Centre des sciences de Montréal, ainsi que l'implantation d'une nouvelle identité de marque pour le Centre des sciences de Montréal (*Total branding*) ont contribué à accroître sa notoriété.
- **Produits.** Suite à des recherches menées auprès de ses clientèles, la Société a procédé au remaniement des salles d'exposition pour mieux répondre aux besoins identifiés. Elle a de plus élaboré une tarification simplifiée qui sera mise en application en 2002-2003.
- **Promotion.** Plusieurs interventions publicitaires ont été mises de l'avant, telles le lancement d'une campagne de masse-média sur l'ensemble des activités du Vieux-Port et du Centre des sciences, ainsi qu'une campagne spécialisée ciblant particulièrement les touristes. Le WEB du Vieux-Port de Montréal a été revu et mis à jour. Cette refonte a entraîné une augmentation de consultation des pages WEB du Vieux-Port de 73 % et du Centre des sciences de Montréal de 30 %.

La performance opérationnelle (suite)

STRATÉGIES ET TACTIQUES

Intégrer la promotion du gouvernement aux actions de communication et de promotion

- Concevoir, développer et réaliser une programmation pour le 20e anniversaire du Vieux-Port.
- Développer des partenariats avec les ministères et organismes fédéraux pour la promotion de leurs champs d'expertise pertinents à la mission du Vieux-Port.
- Intégrer la présence du gouvernement au programme de signalisation du site.

PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002

- **Présence.** Afin d'augmenter la notoriété du gouvernement canadien sur le site, la Société a intégré l'identité du gouvernement du Canada à sa nouvelle signalisation, ainsi qu'au nouveau logo du Centre des sciences de Montréal.
- **Partenariat.** La Société a de plus accru ses partenariats avec d'autres ministères et organismes canadiens. Mentionnons particulièrement :
 - le partenariat avec TPSGC dans la réalisation de l'inventaire de l'état des immeubles sur le site et de travaux importants d'immobilisations;
 - le partenariat avec Parcs Canada, TPSGC, Développement économique Canada, Communication Canada et Patrimoine canadien dans le cadre des travaux qui permettront la réouverture du canal de Lachine;
 - la collaboration entre le Port de Montréal et la Garde côtière, relative à la sécurité des croisières suite aux événements du 11 septembre 2001.
- **Célébrations.** La Société a dû annuler les célébrations du 20e anniversaire du Vieux-Port, compte tenu des priorités données à la consolidation du Centre des sciences de Montréal ainsi que des sources de fonds et de commandite limitées.

La performance opérationnelle (suite)

RÉALISATIONS 2001-2002

Les deux tiers des visiteurs ont pu identifier formellement le gouvernement canadien en tant que responsable du site du Vieux-Port de Montréal.

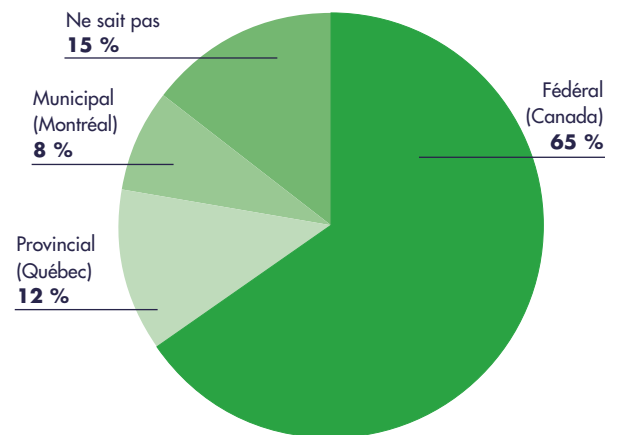
Outre la publicité régulière des activités du Vieux-Port à laquelle est associée la signature du gouvernement du Canada, le renouvellement du système de signalisation ainsi que la mise en place d'un écran numérique lumineux sur la Passerelle du Centre des sciences de Montréal ont permis de mettre en évidence graphiquement et en permanence le logo du gouvernement canadien sur tous les systèmes de signalisation du site. Selon le sondage SODEM réalisé à l'été 2001, la notoriété du gouvernement canadien, en tant que responsable du site du Vieux-Port, était passée de 12 % en 1999 à 65 % cette année, soit une augmentation de 53 % en 2 ans.

La notoriété du Centre des sciences

La Société a changé le logo et la dénomination du « Centre iSci » pour celle de « Centre des sciences de Montréal ». Elle a amélioré la signalisation pour mieux faire connaître les produits et lancé un programme de communication auprès des clientèles cibles. Un important exercice de définition de la marque a été réalisé et a permis de recentrer plus efficacement ses plans de communication. Quoique le niveau de connaissance de l'existence du Centre des sciences soit encore jugé insuffisant, ces mesures ont quand même permis de doubler sa notoriété auprès de la population montréalaise, faisant passer ce taux de 4 % à 8 %.

Diagramme 14 -

Connaissance du niveau de gouvernement responsable du site



Source : Sodem, Profil des clientèles du Vieux-Port de Montréal, saison estivale, septembre 2001



Canada

La performance opérationnelle (suite)

PERSPECTIVES 2002-2003

- La Société poursuivra ses efforts afin d'augmenter la notoriété du Centre des sciences, particulièrement auprès de la population montréalaise, en mettant en œuvre une stratégie basée sur la visibilité institutionnelle, l'implication d'un porte-parole et le recours à la publicité télévisuelle, tout en intensifiant les relations avec la presse et les médias, avec pour but d'augmenter le rayonnement et de préciser le positionnement du Centre des sciences.
- Le programme de signalisation sera complété avec la mise en œuvre du plan de signalisation commerciale à laquelle la notoriété de l'actionnaire sera associée.
- De nouveaux programmes d'activités et d'événements seront réalisés, soulignant la contribution du gouvernement canadien en tant que commanditaire.

La performance opérationnelle (suite)

3. La conservation et la protection du patrimoine architectural, foncier et paysager du territoire

Ce secteur d'activité a pour mission d'assurer la pérennité du caractère historique, maritime et portuaire du Vieux-Port pour le bénéfice des générations actuelles et futures. Ce secteur comprend les activités se rapportant à l'entretien, la maintenance, la sauvegarde et la mise en valeur des infrastructures, terrains, bâtiments, équipements et installations du Vieux-Port.

OBJECTIF

Qualité des installations –

Maintenir le site dans un état optimum et assurer l'amélioration des installations.

STRATÉGIES ET TACTIQUES

Mettre en œuvre un programme continu de maintien des installations.

- Faire l'inventaire des biens meubles et immeubles et des équipements, ainsi que l'évaluation de leur état.
- Élaborer le programme de maintien et le plan d'action pour l'entretien et le maintien des actifs et des équipements.
- Mettre en place des systèmes et des contrôles, et en assurer l'exploitation optimale.
- Élaborer et mettre en place le programme de financement requis pour le maintien des actifs.

PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002

- **Biens sous sa garde.** La Société a procédé à un inventaire et à l'évaluation de tous les biens du site sous sa garde.
- **Biens sous la garde de TPSGC.** La Société a contribué à l'inventaire et à l'évaluation des infrastructures et bâtiments du Vieux-Port entrepris par TPSGC et sous sa garde.
- L'élaboration d'un plan global et intégré de gestion des actifs et de financement a été reporté jusqu'à ce qu'une décision soit prise dans le cadre de l'examen de mandat sur les autorités et responsabilités de la Société (automne 2002).

La performance opérationnelle (suite)



RÉALISATIONS 2001-2002

Tour de l'Horloge

Au cours de l'année 2001, la Tour de l'Horloge, monument historique érigé en 1922, a fait l'objet d'une restauration complète, sous l'égide de Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC). Des travaux de remise en état du parement des quais, des trottoirs piétonniers, du réseau d'éclairage et autres éléments urbains encore présentement en cours d'exécution devraient être complétés en juin 2002; ils ont également été réalisés par le Ministère des travaux publics et des services gouvernementaux Canada (TPSGC). Le ministère a de plus procédé à la réfection d'un mur de soutènement du Quai de l'Horloge, à la reconstruction de deux rampes d'accès et de garde-corps, ainsi qu'au réaménagement des finis de surface.

Réfection des quais, sections des bassins King-Edward et Jacques-Cartier

Des travaux de réfection des quais des bassins King-Edward et Jacques-Cartier ont été entrepris par le ministère des Travaux publics et des services gouvernementaux Canada (TPSGC), qui a restauré le parement des quais, les trottoirs piétonniers, le réseau d'éclairage et autres éléments urbains. Ces travaux devraient être complétés en juin 2002.

La performance opérationnelle (suite)

RÉALISATIONS 2001-2002 (suite)

Le canal de Lachine

La Société a procédé à la réfection et à la mise en place de tous les équipements des écluses 1 et 2, ainsi qu'à l'établissement des normes les régissant. De plus, elle a construit une logette pour les éclusiers et ajouté de nouveaux quais et rampes d'accès aux écluses. Ces travaux de réfection s'ajoutent aux autres interventions réalisées par Parcs Canada, Développement économique Canada et Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC) et permettront, en mai 2002, la réouverture du canal de Lachine, attendue depuis près de 30 ans par les citoyens.



Protection et améliorations aux biens corporatifs

La Société a effectué divers travaux de maintenance et d'entretien pour protéger ses biens corporatifs et permettre une meilleure utilisation des équipements par les visiteurs. Elle a, entre autres, ajouté un quai d'amarrage au Port d'Escale, dans le bassin Jacques-Cartier, afin de répondre au flux d'achalandage de la marina; elle a également créé des places d'animation aux entrées du site, ce qui a nécessité des travaux d'infrastructure et de services publics afin de répondre à la demande récréotouristique; enfin, elle a amélioré la signalisation sur le site en introduisant de nouveaux éléments dont : des babillards, des cartes, des stèles d'orientation et, au Centre des sciences, amorcé les travaux requis pour le renouvellement des expositions.



La performance opérationnelle (suite)

RÉALISATIONS 2001-2002 (suite)

Il faut également mentionner l'apport important de Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC) dans la réalisation de certains mandats prioritaires touchant la santé et la sécurité, pour lesquels la Société ne disposait d'aucune ressource.

Notons enfin que le budget d'investissement a été réduit pour aider à compenser le manque à gagner au niveau des dépenses de fonctionnement.

PERSPECTIVES 2002-2003

- La Société élaborera son programme d'entretien et de maintenance des bâtiments et installations sur la base du rapport d'état des immeubles produit par TPSGC, du rapport d'évaluation environnementale et de l'inventaire de ses biens et actifs effectué par la SVPM.
- Des études de faisabilité technique seront entreprises pour différents sites afin d'en évaluer le potentiel de développement.

La performance opérationnelle (suite)

4. La gestion efficace, efficiente et économique de la société d'État

Ce secteur d'activités a pour but d'assurer une gestion responsable et durable des ressources qui lui sont confiées. Ce secteur comprend les activités relatives aux processus administratifs conformes aux pratiques exigées, aux outils, systèmes et processus de gestion des ressources humaines, matérielles et financières.

OBJECTIF

Rentabilité de l'exploitation –

Minimiser la contribution nécessaire du gouvernement au fonctionnement de la Société.

STRATÉGIES ET TACTIQUES

Maximiser les revenus de la Société par la croissance des revenus de billetterie.

- Développer une meilleure connaissance de la concurrence et des clientèles.
- Établir le positionnement pour ensuite bâtir la notoriété du centre iSci (maintenant appelé Centre des sciences de Montréal).
- Dynamiser l'offre du Vieux-Port en fonction des besoins de ses clients.
- Augmenter le taux de capture des visiteurs du Vieux-Port.
- Maintenir le niveau de satisfaction des clientèles.
- Maximiser la pénétration du marché des groupes.

PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002

- **Billetterie.** 378 063 billets individuels ont été vendus, ce qui équivaut à 51 % de l'objectif fixé à 736 410 billets.
- **Études.** Plusieurs études, recherches et « focus groups » ont été complétés pour mieux cerner les caractéristiques des clientèles cibles et déterminer ainsi les ajustements requis au niveau des communications et du service à la clientèle.
- **Taux de capture.** Afin d'améliorer le taux de capture, la Société a accru la visibilité du Centre des sciences à l'extérieur du site grâce aux éducateurs qui ont été mis à contribution pour animer et faire connaître les activités du Centre.
- **Notoriété du Centre des sciences.** Le taux de notoriété du Centre des sciences est passé de 4 % à 8 % auprès de la population montréalaise.
- **Satisfaction.** Le taux général de satisfaction de la clientèle a été établi à 85 %.
- **Marché des groupes.** La Société a réalisé une opération de consolidation des ventes groupes afin de recouvrer le manque à gagner des premiers mois d'exploitation et de mettre à jour sa banque de données.

La performance opérationnelle (suite)

STRATÉGIES ET TACTIQUES	PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002
<p>Maximiser les revenus de la Société par une meilleure pénétration du marché institutionnel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intensifier les efforts de vente auprès de la clientèle institutionnelle. • Évaluer le potentiel du commerce électronique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Billets de groupes. 192 996 billets de groupe ont été vendus relativement à un objectif de 220 000 billets, ce qui représente un écart de 12 % par rapport à l'objectif fixé. La vente de billets aux entreprises clientes s'est chiffrée à 8 000 dollars, par rapport au 25 000 dollars budgétisés, soit un écart négatif de 68 %. • Locations de salles. Les locations de salles ont généré 256 000 dollars de revenus, soit un écart de 27 % par rapport à un objectif de 349 500 dollars. • Commerce électronique. Reporté à 2002-2003, à cause de certaines difficultés techniques devant préalablement être résolues.
<p>Maximiser les revenus de la Société par une croissance des revenus de commandites et de subventions autres que celles de TPSGC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la commandite institutionnelle. • Accroître les revenus de commandite des programmes, propriétés, produits et activités. • Utiliser les principaux postes de dépenses de la Société comme levier à de nouveaux partenariats. • Explorer la valeur de la commandite du Cinéma IMAX® et d'IMMERSION. 	<ul style="list-style-type: none"> • Commandite institutionnelle. Les revenus de commandite institutionnelle ont dépassé de 3 % l'objectif fixé à 875 000 dollars, soit 903 000 dollars. • Commandite des programmes, propriétés, produits et activités. Les revenus obtenus par cette source ont dépassé l'objectif fixé de 41 %, pour s'établir à 83 000 dollars. • IMAX® et IMMERSION. L'entente de commandite de Desjardins pour le cinéma IMAX® du Centre des sciences de Montréal a été renouvelée jusqu'en 2004. Le renouvellement de la programmation d'IMMERSION a été retardé et le projet de développement de commerce électronique a été reporté.

La performance opérationnelle (suite)

<p>STRATÉGIES ET TACTIQUES</p> <p>Maximiser les revenus de la Société par le biais de dons philanthropiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> Élaborer un programme de dons en provenance des grandes fondations. 	<p>PRINCIPAUX RÉSULTATS 2001-2002</p> <ul style="list-style-type: none"> Dons. La soirée bénéfique organisée par la Fondation du Centre des sciences de Montréal a permis un don de 243 000 dollars à la Société.
---	--

RÉALISATIONS 2001 - 2002

L'obtention de revenus d'exploitation, de dons et de commandites permet à la Société de réaliser son mandat en minimisant ses besoins en crédits gouvernementaux. Cette obtention requière une bonne connaissance du marché, une offre de produits attrayants, ajustés aux besoins de ses clientèles, ainsi que des liens étroits avec ses partenaires et la communauté dans laquelle elle est établie.

Les revenus de la billetterie

Après une excellente première année d'exploitation résultant en près de 792 000 billets vendus, le Centre des sciences a connu une réduction de la fréquentation de l'ensemble de ses activités de 30 %, avec, pour conséquence, des diminutions dans les ventes de billetterie de 30 % comparativement à l'année 2000-01, ou de 40% par rapport aux estimés budgétaires. Les ventes de billets pour les expositions ont connu une baisse de 47 % par rapport au budget. Cette réduction de la fréquentation est en grande partie attribuable à la disparition de l'effet de « nouveauté », ces résultats étant comparables à ceux observés dans d'autres institutions de même type lors de leur deuxième année d'exploitation.

L'équipe de la Société s'est donc mobilisée et a mis de l'avant un certain nombre de mesures pour augmenter l'achalandage et la consommation des produits du Centre des sciences de Montréal. Malheureusement, les résultats obtenus n'ont pas été immédiats, ni à la hauteur des attentes. Conséquemment, une double approche a été retenue : au quotidien, poursuivre et optimiser l'exploitation; au niveau stratégique, développer un plan d'action et mettre en œuvre divers projets dont les résultats devront être appréciés lors du prochain exercice financier. La consultation d'experts dans divers domaines a nourri grandement ce plan d'action. L'orientation vers une programmation événementielle a déjà commencé à produire des effets au niveau des habitudes de fréquentation du Centre des sciences. De plus, à la suite des commentaires des visiteurs et des enquêtes réalisées, certains correctifs ont été apportés dans les salles d'exposition afin de répondre aux besoins précis identifiés par la clientèle.

La performance opérationnelle (suite)

La fréquentation du cinéma IMAX® a également enregistré une baisse de près de 30 % par rapport aux prévisions. En effet, 354 000 billets ont été vendus, comparativement à un estimé budgétaire de 506 000 billets. Cette situation correspond aux conditions observées à travers l'ensemble du réseau des cinémas IMAX® et s'explique, notamment, par une compétition grandissante provenant des complexes cinématographiques couplés d'arcades de jeux et d'aires de restauration, par l'augmentation de la popularité des systèmes de cinéma-maison, ainsi que par la production de films de qualité pour la vidéo et la télévision ayant pour thème des sujets autrefois réservés aux productions IMAX®.

Finalement, la performance du ciné-jeu IMMERSION s'est avérée inférieure aux prévisions avec seulement 86 000 billets vendus par rapport aux prévisions de vente de 200 000 billets, ce qui représente un écart de 57 % par rapport aux objectifs fixés. Le changement de film, qui devait s'effectuer à l'automne 2001, n'aura lieu qu'à l'automne 2002 à cause d'un retard au niveau de la production. La baisse significative des revenus s'explique par le fait que le ciné-jeu à l'affiche n'avait qu'un attrait mitigé pour la clientèle, et qu'un emballage attirant du produit n'a pu être effectué, faute de fonds appropriés.

La Société a travaillé à étendre ses connaissances des clientèles par la conduite de plusieurs études, recherches et « focus groups ». Les résultats de ces travaux ont permis d'apporter des ajustements à la programmation afin de mieux répondre aux besoins exprimés. La Société a, de plus, adapté ses outils de communication aux besoins de ses clientèles pour en maximiser l'efficacité. Le développement d'une carte du site plus conviviale

et le regroupement de plusieurs dépliants pour en accroître l'impact sont des exemples d'efforts en ce sens.

La Société a conséquemment mis en place une stratégie en plusieurs volets, avec, pour but ultime, l'accroissement des revenus.

Un aspect de cette stratégie a été l'accroissement de la visibilité physique du Centre des sciences à travers l'implantation d'un plan intégré de signalisation sur le site et l'amélioration de l'identification de l'immeuble dans sa localisation. La Société a aussi réalisé un exercice de définition de la marque du Centre des sciences, assorti d'un plan de développement sur trois ans.

Au chapitre de la publicité, ses actions se sont multipliées : deux week-ends promotionnels pour le ciné-jeu IMMERSION en octobre 2001, le lancement d'une campagne télévisuelle pour la programmation IMAX® durant la période des fêtes 2001, ainsi que pour le Centre des sciences de Montréal durant les mois de janvier et février 2002, sans oublier des campagnes de masse pour *Science! On joue* durant la période des fêtes encore (21 000 entrées en 12 jours), et pour *Robofolies*, en février 2002 (24 000 entrées en 9 jours).

Pour optimiser la couverture médiatique, la Société a favorisé la présence d'émissions de radio et de télévision quotidiennes tant à l'intérieur du Centre des sciences (*Montréal ce Soir*, etc.) que sur le site (*Tam Tam*).

Malheureusement, ces nombreux efforts n'ont pas réussi à contrer la tendance à la baisse de la fréquentation du Centre des sciences, ni la baisse de fréquentation du Cinéma IMAX®.

La performance opérationnelle (suite)

Les revenus du marché institutionnel

Les objectifs de vente de billets auprès d'entreprises clientes se sont avérés trop optimistes, principalement parce qu'ils avaient été établis à partir d'observations de comportements de clientèles effectuées sur un historique très bref. De plus, la thématique de l'un des films d'IMAX® (les cavernes), à l'affiche durant une période de six mois, n'a suscité qu'un intérêt très mitigé chez la clientèle aînée et ce, malgré certaines tentatives afin d'élaborer des forfaits plus spécifiquement ciblés.

Les revenus de commandites et de subventions autres que celles de TPSGC

Les activités reliées aux commandites et subventions autres que celles accordées par Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC) ont été couronnées de succès. En effet, les revenus issus de ces sources de fonds ont atteint 1,309 million de dollars, en hausse de 169 000 dollars, soit 15 % au-dessus des prévisions.

Les résultats de la commandite institutionnelle ont été obtenus nommément grâce au renouvellement avec majoration de l'entente de commandite avec la compagnie PEPSI jusqu'en 2007.

De leur côté, les ententes de commandite et de promotion touchant plusieurs secteurs d'activités de la Société ont permis un accroissement de revenus notable en 2001-2002. Les ententes conclues entre les Rôtisseries St-Hubert et le Cinéma IMAX®, l'Association des industries

forestières et le Centre des Sciences, Vidéotron et le Port d'Escale, ainsi que le report de la commandite de Desjardins pour le Cinéma IMAX® sont certainement dignes de mention.

Nul ne peut douter que les partenariats avec des médias tels que La Presse et la télévision de Radio-Canada n'aient offert une valeur ajoutée réelle aux investissements publicitaires conclus par la Société.

Les revenus de dons philanthropiques

La première soirée bénéfice de la Fondation du Centre des sciences de Montréal a généré et permis de faire un don de 243 000 dollars à la Société. Cette prestigieuse soirée, dont le but était de créer un réseau de soutien pour le Centre des sciences, a réuni plus de 430 convives. La « *Célébration de la science* » a connu un vif succès et déjà, la couverture de presse dont l'événement a bénéficié et la réputation que lui en ont faite les participants laissent présager que cet événement annuel deviendra un incontournable du calendrier mondain montréalais.



La performance opérationnelle (suite)

PERSPECTIVES 2002-2003

- Au chapitre des commandites et subventions, la Société travaillera à augmenter les revenus générés par ses activités et produits, et elle assurera le maintien, voire l'augmentation de ses dons pour la programmation du Centre des sciences.
- Elle mettra en place une stratégie de mise en marché ciblée sur les clientèles (écoles, familles, estivaliers) offrant un plus grand potentiel de multiplication.
- Elle mettra en place une tarification adaptée aux saisons et aux produits pour le Centre des sciences de Montréal.

La performance opérationnelle (suite)

OBJECTIF

Gestion des ressources humaines –

Assurer l'adéquation des ressources humaines et poursuivre la responsabilisation.

STRATÉGIES ET TACTIQUES

Attirer du personnel de qualité et maintenir un taux élevé de rétention du personnel existant.

- Revoir les modes de gestion.
- Faire effectuer une étude sur la compétitivité des salaires et la politique salariale.
- Élaborer un plan stratégique de formation selon les compétences-clés retenues.
- Améliorer les communications internes.
- Élaborer et mettre en œuvre un programme de suivi (formation, supervision, motivation et productivité).

RÉSULTATS 2001-2002

- **Gestion.** En vue d'améliorer l'efficacité de son mode de gestion, la Société a réalisé des audits de performance dans différents services et mis en place des activités d'information et de « coaching » de ses gestionnaires.
- **Compétitivité.** Afin d'attirer et de retenir un personnel qualifié, la Société a effectué une étude sur la compétitivité de ses salaires. Des recommandations relatives à sa politique salariale seront mises en place en 2002-2003.
- **Relations de travail.** La Société a mis l'accent sur l'amélioration des relations de travail par :
 - l'élaboration de projets en partenariat avec le syndicat;
 - des communications régulières bidirectionnelles avec ses employés.
- **Formation.** Elle a continué la livraison du programme de formation aux nouveaux gestionnaires et offert une mise à jour des connaissances aux employés actuels.

La performance opérationnelle (suite)

STRATÉGIES ET TACTIQUES	RÉSULTATS 2001-2002
<p>Revoir la raison d'être, l'efficacité et l'efficience des opérations.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer et mettre en place des outils de gestion pour améliorer la prise de décisions. • Concevoir et administrer un outil de mesure du niveau de responsabilisation du personnel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Système intégré. La Société a mis sur pied un système intégré de gestion, comprenant la gestion des engagements, des approvisionnements et du suivi budgétaire. Le module d'analyse des coûts par projet entrera en vigueur en avril 2002 et viendra faciliter la prise de décision. • Responsabilisation. L'élaboration d'un outil de mesure du niveau de responsabilisation du personnel à été reporté à 2002-2003.
<p>Optimiser les ressources informatiques de la Société.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimiser les communications internes en informatisant certains processus. • Compléter les politiques et procédures régissant les activités de technologie de l'information, de priorisation des études, d'analyse des coûts et processus, etc. • Mettre en place une solution de commerce électronique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informatisation. Plusieurs initiatives ont été mises en oeuvre au cours de l'année, telles que : <ul style="list-style-type: none"> - des améliorations apportées au site intranet et à la publication des documents, dont les politiques et procédures, les messages d'intérêt général sur les activités et la programmation, etc.; - l'informatisation du processus d'embauche par l'utilisation du site internet. • Sécurité. Des vérifications des mesures de sécurité relatives aux intrusions externes ont été complétées et des mesures correctives ont été apportées. • Commerce électronique. Cette initiative a été reportée pour des raisons budgétaires.

La performance opérationnelle (suite)

RÉALISATIONS 2001-2002

Une organisation qui s'adapte

L'arrivée du Centre des Sciences a engendré des changements profonds au sein de la Société. L'exploitation d'une institution muséale a entraîné une augmentation des ressources humaines, et la nature des fonctions traditionnelles de la Société s'est diversifiée et complexifiée. Cette nouvelle réalité a nécessité des ajustements à la structure organisationnelle, ainsi qu'un examen de la répartition des tâches et responsabilités de certains employés.

La Société a amorcé des changements en profondeur de sa culture d'entreprise, ce qui aura pour effet de la positionner davantage comme une petite entreprise (PE) d'affaires. Elle a amorcé ce virage par une révision des valeurs d'entreprise ainsi que des comportements qui en assureront la mise en application.

Des systèmes qui se raffinent

La modernisation de l'organisation a nécessité le renouvellement de certains systèmes de gestion, afin d'en accroître l'efficacité. La Société a introduit des ajustements à ses systèmes de sécurité des bâtiments, de billetterie et de perception des frais de stationnement.

La Société a de plus entrepris la mise en place d'un système de gestion des coûts par activité. Ce changement a permis de compléter l'intégration de l'ensemble des systèmes d'information de gestion, améliorant ainsi la gestion financière de la Société, notamment au chapitre des rapports sur la performance de ses activités et de ses événements.

Parlons-nous

La direction est au fait de l'importance des communications, tant auprès de ses clientèles que de ses employés, afin de favoriser l'atteinte de ses objectifs. Elle est également consciente de l'apport majeur de la technologie pour une plus grande diffusion de l'information. Elle a donc procédé au remaniement de son site WEB institutionnel et complété son site intranet, deux actions qui devraient permettre à ses clientèles, à ses partenaires et à ses employés d'avoir un accès continu à l'information.

Des employés motivés

Le succès de la Société repose sur la qualité et la motivation de ses employés. Elle considère qu'il est essentiel d'impliquer ses ressources humaines dans ses opérations. Elle a donc mis sur pied des rencontres de travail avec ses gestionnaires pour assurer la transmission effective de l'information et solutionner les problèmes opérationnels émergents. De plus, des échanges avec les représentants des syndicats et des employés non syndiqués ont permis de clarifier divers aspects de leurs contrats de travail et ont contribué à l'amélioration des relations et du climat de travail. La convention collective avec deux groupes d'employés syndiqués vient à terme en 2002 et entraînera une ronde de négociations.

La performance opérationnelle (suite)

PERSPECTIVES 2002-2003

- La Société continuera ses actions pour l'adaptation au changement et l'émergence d'une nouvelle culture d'entreprise.
- Les systèmes informatiques seront améliorés afin de mieux intégrer les données de marketing et de promotion des affaires.
- Un système de suivi continu de l'ensemble des biens sous la responsabilité de la Société sera implanté dans le but d'optimiser leur vie utile, d'éviter leur dégradation et de réduire les coûts d'entretien, et afin d'assurer la sécurité du public.
- La mise en place de mesures de sécurité pour les systèmes informatiques sera complétée.

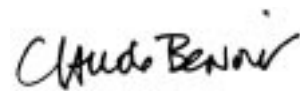
Les états financiers 2001-2002

Responsabilité de la direction en matière d'états financiers

La direction de la Société est responsable de la préparation et de la présentation des états financiers dans le rapport annuel.

Ces états ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada et comprennent nécessairement des montants fondés sur les meilleurs jugements et estimations de la direction, dont elle prend la responsabilité. La direction reconnaît sa responsabilité dans le choix des principes et des méthodes comptables qui conviennent aux circonstances propres à la Société. Les renseignements financiers présentés ailleurs dans le rapport annuel sont conformes à ceux des états financiers. La direction de la Société applique des contrôles internes, des conventions et des méthodes comptables visant à fournir une certitude raisonnable quant à la pertinence et à la fiabilité de l'information financière, quant à la protection des biens et quant à la conformité des opérations à l'égard des autorisations pertinentes. La Société a recours aux services de la firme Rubano, Scalia, Pasqua et associés, comptables agréés, pour l'application périodique de vérifications internes des contrôles précités. Cette firme fait part de ses constatations et de ses recommandations à la direction et au comité de vérification et administration du conseil d'administration, auxquels elle a un accès illimité.

Le conseil d'administration est responsable de l'examen et de l'approbation des états financiers ainsi que de la surveillance de la façon dont la direction s'acquitte de sa responsabilité quant à la présentation de l'information financière. Le conseil exerce cette responsabilité principalement par l'entremise de son comité de vérification et administration, formé exclusivement d'administrateurs n'appartenant ni à la direction ni au personnel de la Société. Ce comité examine les états financiers avec la direction et des représentants du vérificateur général du Canada, nommé vérificateur externe par l'actionnaire, avant de les soumettre à l'approbation du conseil. Ce comité examine également les plans de travail des vérificateurs internes et externes, et les rencontre pour discuter des comptes rendus de vérification et de présentation de l'information financière. Le vérificateur général du Canada a pour responsabilité de vérifier les opérations et les états financiers de la Société et d'émettre des rapports à ce sujet. La direction considère que les états financiers présentent fidèlement la situation financière de la Société, les résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie. Le conseil d'administration a examiné et approuvé ces états financiers à la suite d'une recommandation du comité de vérification et administration.



Claude Benoit
Présidente et chef de la direction



Dany Bleau, C.A.
Vice-présidente, Administration et ressources humaines



AUDITOR GENERAL OF CANADA

VÉRIFICATEUR GÉNÉRAL DU CANADA

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre de l'Infrastructure et des sociétés d'État du Canada

J'ai vérifié le bilan de la Société du Vieux-Port de Montréal Inc. au 31 mars 2002 et les états des résultats, des bénéfices non répartis et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2002 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis, compte tenu de l'application rétroactive du changement apporté à la comptabilisation des immobilisations et des crédits parlementaires pour les immobilisations amortissables expliqué à la note 3 afférente aux états financiers, ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément à la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, à la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*, aux statuts et aux règlements administratifs de la Société ainsi qu'à la convention entre la Société et Sa Majesté du chef du Canada représentée par le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux.

Pour la vérificatrice générale du Canada

Richard Flageole, FCA
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 19 juillet 2002

SOCIÉTÉ DU VIEUX-PORT DE MONTRÉAL INC.

Bilan au 31 mars

Actif

	2002	2001 <i>(redressé note 3)</i>
À court terme		
Encaisse	3 717 410 \$	2 552 844 \$
Débiteurs	1 987 496	3 107 955
Frais payés d'avance	<u>657 152</u>	<u>234 984</u>
	6 362 058	5 895 783
À long terme		
Immobilisations (note 4)	<u>14 230 268</u>	<u>15 375 396</u>
	<u><u>20 592 326</u></u> \$	<u><u>21 271 179</u></u> \$

Passif

À court terme		
Créditeurs	4 798 974 \$	4 371 792 \$
Tranche à court terme des apports reportés - Centre des sciences de Montréal (note 6)	3 004 067	3 004 067
Tranche à court terme de l'emprunt auprès du gouvernement du Canada (note 7)	<u>2 281 468</u>	<u>2 168 787</u>
	10 084 509	9 544 646
À long terme		
Apports reportés- Centre des Sciences de Montréal (note 6)	681 088	1 263 332
Emprunt auprès du gouvernement du Canada (note 7)	2 404 426	4 685 894
Financement des immobilisations reporté (note 8)	<u>6 738 746</u>	<u>5 675 635</u>
	9 824 260	11 624 861
	<u>19 908 769</u>	<u>21 169 507</u>

Avoir de l'actionnaire


Bénéfices non répartis (note 9)	683 556	101 671
Capital-action (note 10)	<u>1</u>	<u>1</u>
	<u>683 557</u>	<u>101 672</u>
	<u><u>20 592 326</u></u> \$	<u><u>21 271 179</u></u> \$

Éventualités (note 15)
Engagements (note 16)

Voir les notes complémentaires aux états financiers

Approuvé par le Conseil d'administration:

Administrateur



Administrateur



SOCIÉTÉ DU VIEUX PORT DE MONTRÉAL INC.

Etat des résultats
pour l'exercice terminé le 31 mars

	<u>2002</u>	<u>2001</u>
		<u>(redressé note 3)</u>
Produits		
Programmes d'animation	3 900 911 \$	5 525 144 \$
Moins: Redevances à des tiers	<u>149 070</u>	<u>218 979</u>
	3 751 841	5 306 165
Stationnements	3 007 823	3 145 061
Amortissement des apports reportés - Centre des sciences de Montréal	3 004 067	2 888 807
Concessions	1 580 970	1 504 765
Commandites et Dons	1 308 864	900 956
Intérêts	161 237	169 233
Autres	<u>723 750</u>	<u>691 230</u>
	13 538 552	14 606 217
Dépenses		
Dépenses de fonctionnement		
Gestion du territoire	7 450 157	7 595 123
Marketing et service à la clientèle	4 898 122	4 344 733
Programmes d'animation	3 708 245	4 253 551
Administration	3 581 846	3 295 763
Amortissement des immobilisations	3 580 186	2 861 959
Frais de lancement - Centre des sciences de Montréal	<u>-</u>	<u>502 662</u>
	<u>23 218 556</u>	<u>22 853 791</u>
Excédent des dépenses de fonctionnement sur les produits	9 680 004	8 247 574
Crédits parlementaires - Dépenses de fonctionnement	9 233 551	7 789 776
Crédits parlementaires - Amortissement du financement des immobilisations reporté	<u>1 028 338</u>	<u>648 011</u>
Résultats d'exploitation nets	<u>581 885 \$</u>	<u>190 213 \$</u>

Voir les notes complémentaires aux états financiers

SOCIÉTÉ DU VIEUX PORT DE MONTRÉAL INC.

État des bénéfices non répartis
pour l'exercice terminé le 31 mars

	<u>2002</u>	<u>2001</u> (redressé note 3)
Bénéfices non répartis (déficit) avant redressement	101 671 \$	(10 255) \$
Ajustement du déficit de l'exercice		
Modification de convention comptable (note 3)	<u>-</u>	<u>(78 297)</u>
Bénéfices non répartis (déficit) au début de l'exercice après redressement	101 671	(88 542)
Résultats d'exploitation nets	<u>581 885</u>	<u>190 213</u>
Bénéfices non répartis à la fin de l'exercice (note 9)	<u><u>683 556</u></u> \$	<u><u>101 671</u></u> \$

Voir les notes complémentaires aux états financiers

SOCIÉTÉ DU VIEUX-PORT DE MONTRÉAL INC.

État des flux de trésorerie
pour l'exercice terminé le 31 mars

	<u>2002</u>	<u>2001</u>
		<i>(révisé note 3)</i>
Activités d'exploitation		
Résultats d'exploitation nets	581 885 \$	190 213 \$
Éléments sans incidence sur l'encaisse:		
Amortissement des immobilisations	3 580 186	2 861 959
Amortissement du financement des immobilisations reporté	(1 028 338)	(648 011)
Amortissement des apports reportés	(3 004 067)	(2 888 807)
Variation des éléments hors caisse de l'actif et du passif	<u>1 125 472</u>	<u>(4 094 467)</u>
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	1 255 138	(4 579 113)
Activités de financement		
Campagne de financement du Centre des sciences de Montréal	2 421 824	4 030 754
Crédits parlementaires pour l'acquisition des immobilisations	2 091 449	4 820 224
Remboursement de l'emprunt auprès du gouvernement	<u>(2 168 787)</u>	<u>(1 737 319)</u>
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	2 344 486	7 113 659
Activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations	<u>(2 435 058)</u>	<u>(10 319 993)</u>
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(2 435 058)	(10 319 993)
Variation de l'encaisse au cours de l'exercice	<u>1 164 566</u>	<u>(7 785 447)</u>
Encaisse au début de l'exercice	2 552 844	10 338 291
Encaisse à la fin de l'exercice	<u><u>3 717 410</u></u> \$	<u><u>2 552 844</u></u> \$

Voir les notes complémentaires aux états financiers

SOCIÉTÉ DU VIEUX-PORT DE MONTRÉAL INC.

Notes aux états financiers du 31 mars 2002

1. Statut et activités

La Société du Vieux-Port de Montréal inc., constituée le 26 novembre 1981 en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*, est une filiale à part entière de la Société immobilière du Canada limitée, laquelle est une société d'État inscrite à la partie I de l'annexe III de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Depuis le 1^{er} février 1982, en vertu d'une convention entre la Société et Sa Majesté du chef du Canada représentée par le ministre des Travaux publics et des services gouvernementaux, la Société a le mandat de développer et de promouvoir le développement du territoire du Vieux-Port de Montréal et d'administrer, de gérer et d'entretenir les biens de Sa Majesté y situés.

2. Conventions comptables importantes

Les états financiers ont été établis conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Les conventions comptables importantes sont énoncées ci-après.

a) Immobilisations

Les immobilisations, comptabilisées au coût d'origine, sont amorties en fonction de leur durée de vie utile estimative à compter de leur date de mise en service selon la méthode de l'amortissement linéaire sur les périodes suivantes :

Équipements et logiciels informatiques	3 ans
Expositions permanentes	4 ans
Machinerie, outillage et équipements	10 ans
Matériel roulant	5 ans
Mobilier et équipement de bureau	7 ans

Les améliorations locatives représentent divers travaux majeurs apportés aux bâtiments, aux infrastructures et à l'aménagement du terrain. Elles sont capitalisées et amorties sur la durée restante du bail pour les espaces locatifs ou sur 25 ans pour les actifs détenus par Travaux publics et services gouvernementaux Canada.

Les sommes relatives aux projets d'immobilisations en cours sont reportées à la rubrique appropriée des immobilisations lorsque le projet est achevé, et elles sont amorties conformément à la politique de la Société.

b) Produits

Programmes d'animation, stationnements, concessions, intérêts, et autres produits :

Les produits provenant des ventes de la billetterie, des stationnements, les revenus de concessions, les intérêts et les autres produits incluant les revenus de La Balade, du Port d'Escale et de la patinoire sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice au cours de l'exercice pendant lequel ils ont été gagnés.

Commandites :

La Société a conclu des ententes avec des commanditaires en vertu desquelles elle reçoit de l'argent, des produits, de la publicité et des services. En retour, les commanditaires bénéficient de divers avantages dont principalement des droits spécifiques à des activités promotionnelles et de la visibilité. Les commandites sont constatées dans l'exercice auquel elles se rapportent. Les opérations non monétaires sont comptabilisées à leur juste valeur marchande.

Dons :

La Société applique la méthode du report pour comptabiliser les apports que constituent les dons. Les dons reçus sont généralement destinés à des fins précises. Ils sont reportés et constatés à titre de revenus de l'exercice au cours duquel les dépenses connexes sont engagées.

c) Crédits parlementaires

Le gouvernement du Canada procure des fonds à la Société sous forme de crédits parlementaires. La portion des crédits parlementaires affectée à l'achat de biens immobilisés amortissables est comptabilisée à titre de financement des immobilisations reporté et est amortie selon la même méthode et sur la même période que les immobilisations correspondantes. La portion des crédits parlementaires affectée aux dépenses de fonctionnement est comptabilisée dans l'état des résultats de l'exercice pour lequel les crédits sont approuvés.

d) Régime d'épargne-retraite

La Société a établi un régime collectif d'épargne-retraite prévoyant l'établissement d'une fiducie unique auprès d'une société du secteur privé pour recevoir les cotisations devant servir à assurer un revenu de retraite aux employés en vertu de régimes individuels enregistrés d'épargne-retraite. La Société n'agit qu'à titre d'agent et n'assume aucune responsabilité à cet égard.

e) La Fondation du Centre des sciences de Montréal

La Fondation du Centre des sciences de Montréal, organisme à but non lucratif fondé le 27 mars 2000, n'est pas consolidée dans ces états financiers. La Société fournit un support administratif à la Fondation.

f) Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimations et des hypothèses qui influent sur le montant déclaré de l'actif et du passif à la date des états financiers et sur les revenus et dépenses déclarés pendant l'exercice visé. Les estimations liées à la provision pour mauvaises créances, aux réclamations de fournisseurs, à l'amortissement des immobilisations, du financement des immobilisations reporté de même qu'à l'amortissement des apports reportés - Centre des sciences de Montréal sont les éléments les plus importants qui font l'objet d'estimations. Les chiffres réels pourraient différer de ces estimations.

3. Modification de convention comptable

Le gouvernement du Canada a publié de nouvelles exigences pour la comptabilisation des immobilisations qui sont applicables rétroactivement avec redressement des chiffres comparatifs. En vertu de ces nouvelles exigences, les immobilisations acquises doivent être constatées au coût et amorties annuellement. Le financement des immobilisations reporté, lorsque financé par crédits parlementaires est amorti au même rythme que les immobilisations auxquelles il se rapporte.

En conséquence de ce redressement, l'impact rétroactif au solde du déficit au début de l'exercice se terminant le 31 mars 2001, est une augmentation du déficit de 78 287\$. De plus, les postes décrits ci-après, aux états financiers au 31 mars 2001, ont été augmentés (diminués) des montants suivants :

Au bilan :

Frais payés d'avance	41 824 \$
Frais reportés - Centre des Sciences de Montréal	(9 629 659)
Immobilisations	15 375 396
Créditeurs	101 817
Apports reportés – Centre des sciences de Montréal	(101 817)
Financement des immobilisations reporté	5 675 635
Bénéfices non répartis	111 926

A l'état des résultats :

Gestion du territoire	599 217 \$
Programmes d'animation	36 310
Amortissement des immobilisations	2 861 959
Amortissement des frais reportés – Centre des Sciences de Montréal	(2 396 400)
Dépenses en capital	(5 419 441)
Crédits parlementaires	(4 172 213)
Résultats d'exploitation nets	146 142

4. Immobilisations

	Coût	Amortissement accumulé	Valeur nette 2002	Valeur nette 2001
<i>(en milliers de dollars)</i>				
Améliorations locatives	3 452 \$	187 \$	3 265 \$	2 473 \$
Équipements informatiques	1 236	810	426	667
Expositions permanentes	8 169	3 857	4 312	5 981
Logiciels	585	319	266	287
Machinerie, outillage et équipements	7 128	2 033	5 095	5 092
Matériel roulant	930	750	180	64
Mobilier et équipement de bureau	1 283	597	686	811
	<u>22 783 \$</u>	<u>8 553 \$</u>	<u>14 230 \$</u>	<u>15 375 \$</u>

Ces immobilisations représentent les acquisitions faites par la Société du Vieux-Port de Montréal depuis sa fondation. Une partie importante d'immobilisations constituée principalement de quais, matériel urbain, entrepôts, immeubles, terrains et piste cyclable est cependant comptabilisée dans les états financiers de Travaux publics et services gouvernementaux Canada.

5. Financement du Centre des sciences de Montréal

En 1998-1999, la Société a lancé une campagne de financement pour la mise en œuvre du Centre des sciences de Montréal. Les contributions financières servent au financement des programmes de diffusion du centre, dont les expositions. Au 31 mars 2002, la Société avait signé des ententes pour recevoir des dons et des commandites pour un total de plus de 11,2 millions de dollars.

Les ententes relatives à des dons totalisent 2,4 millions de dollars, dont environ 441 000 \$ ont été reçu en 2001-2002 (1 184 000 \$ dans les trois années précédentes).

Les ententes relatives à des commandites totalisent 10,3 millions de dollars dont 1,9 million a été reçu en argent en 2001-2002 (5,3 millions dans les deux années précédentes). Les commandites non monétaires sont inexistantes en 2001-2002 (560 000 \$ dans les deux années précédentes). Les revenus reliés à une commandite en publicité de 120 000 \$ ont été enregistrés en 2001-2002. Les commandites reçues ont été imputées aux apports reportés et sont reconnues de façon linéaire sur quatre ans, ce qui représente la période où la Société fournira des bénéfices reliés à la commandite. Les commandites non monétaires sont incluses à la fois aux immobilisations et aux apports reportés; elles sont aussi reconnues de façon linéaire sur quatre ans.

Les produits comptabilisés en 2001-2002 pour toutes ces ententes représentent 3 millions de dollars en 2001-2002 (2,9 millions en 2000-2001).

6. Apports reportés

Les variations du solde des apports reportés s'expliquent comme suit :

	2002	2001
	<i>(en milliers de dollars)</i>	
Solde au début de l'exercice	4 267 \$	3 160 \$
Dons	441	674
Commandites	1 981	3 322
Amortissement des apports reportés	(3 004)	(2 889)
Solde à la fin de l'exercice	<u>3 685 \$</u>	<u>4 267 \$</u>

7. Emprunt auprès du gouvernement du Canada

Le ministre des Travaux publics et des services gouvernementaux avait fourni à la Société un financement de 8,6 millions de dollars, remboursable avec intérêt, sur quatre ans à compter de 1999-2000. En 2000-2001, le ministre des Travaux publics et des services gouvernementaux a renoncé au remboursement des intérêts. Les versements exigibles le 1^{er} août de chaque année, s'établissent comme suit :

	Versements exigibles
2002	2 281 468 \$
2003	<u>2 404 426 \$</u>
Total	<u>4 685 894 \$</u>

8. Financement des immobilisations reporté

Le financement des immobilisations reporté représente la portion non amortie du crédit parlementaire affectée à l'achat de biens immobilisés.

Les changements apportés au solde du financement des immobilisations reporté sont comme suit :

	2002	2001
	<i>(en milliers de dollars)</i>	
Solde au début de l'exercice	5 675 \$	1 503 \$
Crédits parlementaires pour l'acquisition et l'amélioration des immobilisations reçus durant l'exercice	2 091	4 820
Amortissement de l'exercice	(1 028)	(648)
Solde à la fin de l'exercice	6 738 \$	5 675 \$

9. Bénéfices non répartis

Les bénéfices non répartis proviennent en majeure partie des écarts reliés à la capitalisation des immobilisations et à leur financement. Au 31 mars 2002, l'amortissement des apports reportés est de 3 millions de dollars (2,9 millions de dollars au 31 mars 2001) alors que l'amortissement des immobilisations acquises avec les apports est de 2,6 millions de dollars (2,2 millions de dollars et les frais de lancement de 500 000 \$ au 31 mars 2001). L'écart entre ces montants explique, en majeure partie, les résultats d'exploitation nets de chacune des deux années.

10. Capital-action

La Société est autorisée à émettre une seule action, laquelle doit être détenue en fiducie pour Sa Majesté du chef du Canada, et aucun transfert ne peut s'effectuer sans le consentement du gouverneur général en conseil. L'action autorisée a été émise en contrepartie de services rendus.

11. Fondation du Centre des sciences de Montréal

Cet organisme à but non lucratif a pour but de gérer les fonds et activités de sollicitation de fonds concernant le Centre des sciences de Montréal.

La Fondation doit remettre à la Société, un minimum de 80% des dons reçus et des revenus générés par les fonds capitalisés au plus tard le 31 janvier de chaque année.

Les fonds remis à la Société doivent être utilisés dans le cadre des activités du Centre des sciences de Montréal. Pour la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2001, les opérations comptables de la Fondation représentent un minimum d'activités. Toutefois, la Fondation a remis à la Société suite à une campagne de financement tenue en février 2002 la somme de 243 000 \$, le coût de l'activité s'est élevé à environ 130 000 \$.

12. Juste valeur des instruments financiers

Les opérations reliées à l'encaisse aux débiteurs et aux créditeurs sont effectuées dans le cours normal des affaires. La valeur aux livres de chacun de ces postes se rapproche de leur juste valeur car leur échéance respective est à court terme. Il n'y a pas de concentration des débiteurs, par conséquent le risque de crédit est faible.

13. Opérations non monétaires

La Société a accordé des droits d'exclusivité à certains de ses commanditaires pour la vente de leurs produits, principalement en échange de publicité. Ces opérations non monétaires ont eu lieu avec des parties non apparentées. Elles furent enregistrées à montants égaux à la fois dans les produits et dans les dépenses. Elles furent évaluées à 523 000 \$ en 2001-2002 (484 000 \$ en 2000-2001), ce qui représente la juste valeur attribuée aux biens et services reçus.

14. Opérations entre apparentés

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités.

15. Éventualités

Dans le cours normal de ses activités, la Société est requérante ou défenderesse dans des réclamations ou des poursuites en justice. Diverses réclamations ont été formulées ou des poursuites ont été intentées contre la Société, dont certaines demandent des dédommagements pécuniaires importants qui pourraient entraîner des dépenses importantes. Les litiges sont sujets à bien des incertitudes, et le résultat de chaque affaire n'est pas prévisible.

Une provision pour ces dépenses a été établie d'après les meilleures estimations faites par la direction. Il est donc possible de penser que la Société ait à régler certaines de ces demandes pour des montants dépassant les provisions établies à court terme.

16. Engagements

Au 31 mars 2002, les engagements pris dans le cadre des activités d'exploitation s'établissaient à 7,6 millions de dollars (5,4 millions de dollars au 31 mars 2001), principalement pour des contrats de publicité, de services de maintenance, services professionnels et de location de biens, et à 403 000 \$ (642 000 \$ dollars au 31 mars 2001), dans le cadre des acquisitions d'immobilisations.

17. Chiffres correspondants

Certains chiffres de 2001 ont été reclassés pour qu'ils soient conformes à la présentation adoptée pour le présent exercice.

Annexes

Aire de jeux Mégabloks • Amphi-Bus • Animation militaire historique • Arrimage 2000 art et technologie • Bal des mascottes • Bateau-Mouche • Battle of Atlantic Sunday • Border Boosters Square & Round Dance • Bouquinistes du Saint-Laurent • Boutique Jacques-Cartier • Boutiques saisonnières : Amberlux • Art de Venise • Autocar imperial • Bazar international • Casse-tête et images • Chandellerie du Mont-Royal • Chic accessoires • Chrono • Concept magnétique • Formule 1 du Canada • Nous tous un soleil • Océan Pacifique • Parfum cosmique • Sous le soleil et la pluie • WW Devises étrangères • Zoomatic junior • Café des Éclusiers • Caillou • Casse-croûte Bonsecours • Cérémonie du Souvenir • Chaîne alimentaire : La Crémère, Queues de Castor et jus Moozoo, Franx Supreme, Sul posto, Le Taboulé, Tiki Ming, Revues et cigares du Vieux-Port • Chapiteau 2000 • Chorales françaises • Centre des sciences de Montréal • Cinéma IMAX® • Ciné-jeu IMMERSION • Circuit d'œuvres d'art du Vieux-Port • Circuit des fantômes du Vieux-Montréal • Comptoir-retrait Desjardins • Concerts Campbell • Course de canards Ovide Banque nationale • Crémères Aramark • Croisières AML • Daniel McAllister • Dauphins du St-Laurent • Défi d'un jour de Fran • École Nationale de Cirque • Entr'âges • Érable sur neige • Expo-technologique • Festival Montréal en lumière • Festival Télésience • Fête du Canada • Fin de semaine scoute • Fouineur enr. • Gala international de l'automobile • Grande Virée • Grands Voyageurs - bateaux télécommandés • Gun Run • Hip Hip Hourra • Jet Saint-Laurent • Journée de la police • Kiosques d'information Jacques-Cartier et Saint-Laurent • La Balade du Vieux-Port • Labyrinthe • Lancer à la mouche • Arti per Via • « Le Riverain » train récréo-touristique • Lucky Luc - Service de traîneaux • Marcheton Banque Royale • Marcheton Loyola • Mini-montgolfières • Mondial de la bière • Montgolfière Labatt • Montréal aux 2000 et un visages • Mosaïcultures internationales Montréal 2000 • Navire : S.S. John W. Brown • Navire : St-Roch II • Navire : NCSM Onondaga • Navire : U.S. Brig Niagara • Navettes maritimes du St-Laurent • Océano Massothérapie • Octoberfest • Opération Tandem • Parade Battle of Atlantic Sunday • Parc de la Cité-du-Havre • Patinoire Bonsecours • Patins Patins • Pavillon Jacques-Cartier : restaurant Aramark • Pédalocation • Place des vestiges • Poker Run • Port d'Escale • Pow Wow • Programmes scolaires BB • Promenade des artistes • Quadricycle • Recrutement : Défense nationale • Restaurant Porto Fiorentino • Salsarengue 2000 • Saute-Moutons • Semaine italienne • Sentier transcanadien • Service de photographie Anton • Shakespeare-in-the-Park • Silophone • Soirées d'astronomie populaire • Les vendredis Labatt Blues • Stations de rafraîchissement Pepsi • Symphonies portuaires • Terrain de jeu du Vieux-Port • Tour de l'Horloge • Tournée des pompiers • Un tour la nuit • Vélo Aventure • Vieux-Port en fête • Village québécois d'antan • Visite interactive du Vieux-Port • Voiture solaire de Queen's • Youtheatre • Zap Vieux-Port • Zoomatic bistro-boutique

Partenaires du Vieux-Port de Montréal

Canada

Commanditaires institutionnels



Commanditaire du cinéma IMAX®



Commanditaire de La Balade



Commanditaires du Daniel McAllister

- Développement économique Canada
- Le Port de Montréal

Commanditaire du terrain de jeux

- Saturn

Commanditaire du Port d'Escale

- Vidéotron Ltée.

Commanditaire des Événements F1 au cinéma IMAX

- Bell ExpressVu

Partenaires du Centre des sciences de Montréal : 29 000 000 \$

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
- Conseil du Trésor
- Développement économique Canada

Canada

Grands fondateurs : 1 000 000\$ et plus



BOMBARDIER



Fondateurs associés : 250 000\$ à 1 000 000\$



PROVIGO



CBC Radio-Canada



L'Impériale



Parrains : 50 000\$ à 250 000\$

- Imperial Tobacco
- Cascades
- Abitibi consolidated
- Bowaters
- Tembec
- Fondation du Groupe financier Banque Royale
- Canadien National
- The MacDonald Stewart Foundation
- Canadien Pacific
- Messier-Dowty
- Dessau-Soprin
- Hewlett-Packard (Canada)
- Shire BioChem
- Banque CIBC
- Banque Laurentienne
- Banque Nationale du Canada
- Bell Helicopter Textron
- BICC General
- Le Groupe S.M. International
- RSW Conseillers en ingénierie
- Standard Life
- Tecslut
- Transcontinental

Donateurs : jusqu'à 50 000\$

- Sun Life
- CIMA
- Financière Manuvie
- Groupe HBA experts-conseils
- Les aciers Canam
- Les constructions du St-Laurent
- Quali Métal
- The Birks Family Foundation
- ABB
- ALSTOM POWER
- Canada
- Fabrimet
- GE Canada
- Pirelli câbles et systèmes
- SEPSA
- Sico
- Amec
- Vapor Canada
- Arno Électrique
- Transelec
- EBC
- GLR
- Les Hélicoptères Canadiens
- Phillips-Fitel
- Thiro
- Railtech
- Neilson Excavation
- Inoxydable Atlas
- Milufab
- Ouimet-Cordon bleu
- Fritz Starber
- GSM Production



Grand Prix du tourisme québécois

Centre des sciences de Montréal

Lauréat national d'or,

catégorie Attraction touristique -

100 000 visiteurs et plus

Mai 2001

