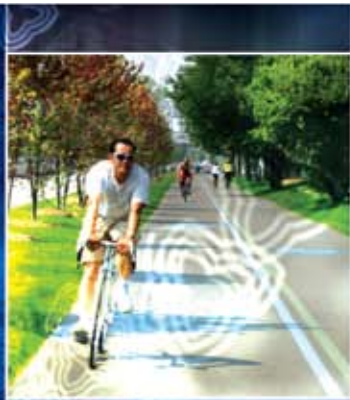




 **ontario place**



2009 Annual Report

for the year ending December 31, 2009

Table of Contents

Our Vision	2
Our Mission.	2
Corporate Mandate	2
Core Principles	2
Board Members.	3
Senior Management	3
Corporate Sponsors.	4
Acknowledgements	5
Chair's Statement	6
2009 Objectives and Results.	7
Visitor Profile.	10
Concessions	11
Business Partners	12
Responsibility for Financial Reporting	13
Auditor's Report.	14
Financial Statements.	15
Notes to Financial Statements.	19
Background.	26
Major Site Features.	27

Ontario Place Corporation
955 Lake Shore Boulevard West
Toronto, ON Canada M6K 3B9
www.ontarioplace.com

An Agency of the Government of Ontario

Our Vision

Ontario Place is a year-round waterfront entertainment and recreational village that reflects the culture and values of Ontario.

Our Mission

Our mission is to create compelling, diverse and cultural experiences in a unique setting.

Corporate Mandate

Ontario Place's mandate as outlined in the Ontario Place Corporations Act and included in the Memorandum of Understanding (MOU) with the Ministry of Tourism and Culture states:

The objects of the Corporation are,

- a. to operate Ontario Place as a provincial exhibit and recreational centre;
- b. to develop projects and programs designed to provide the people of Ontario with a greater appreciation of the Province and its accomplishments and potential, and to provide talented artists in the Province with the opportunity to exhibit their works and their abilities;
- c. to develop special programs from time to time considered to be worthwhile to enhance the image of the Province and to co-ordinate activities with the Canadian National Exhibition at times when that exhibition is in operation; and
- d. to do such other things as the Minister may require from time to time and to advise the Minister on projects and programs of general advantage to the Province.

Core Principles

Upholding public interest/trust in managing public funds and assets responsibly;

Fostering a culture of ethical behaviour, accountability, transparency and open communication;

Being diverse and inclusive;

Encouraging creativity, training and developing high performing individuals and teams;

Ensuring informed decision making;

Minimizing OPC/Shareholder risk.

Board Members

Joe Halstead, Chair (A)	June 1, 2005 to May 31, 2008 June 1, 2008 to May 31, 2011 Acting Chair as of June 23, 2008
David Angus	May 6, 2002 to May 5, 2010
Keith Stein	April 29, 1999 to April 28, 2009
Linda Franklin	May 7, 2003 to May 6, 2006 October 5, 2006 to October 4, 2012
Penny Lipsett	June 22, 2005 to July 21, 2006 October 18, 2006 to October 17, 2012
David Israelson	June 6, 2007 to June 5, 2011
Wanda Richardson	July 9, 2008 to July 8, 2011
Joanne Rider	September 8, 2009 to September 7, 2012
Winston Young	December 2, 2009 to December 1, 2012
Drew Fagan, Deputy Minister	Ex-Officio January 14, 2008 to December 15, 2009

Senior Management

John Tracogna	General Manager
Keith Brown	Director of Operations
Terry Caddo	Director of Marketing & Communications Director of Group Sales (A)
Jonathan Daley	Director of Corporate Affairs & Guest Services Director of Resale (A)
Marsha O'Connor	Director of Finance & Administration
Mary Strizzi	Director of Human Resources (A)
Joseph Tavares	Director of Maintenance & Construction

Corporate Sponsors

Ontario Place gratefully acknowledges the support of our sponsors:

Canada Dry	Molson Canada
Coca-Cola Company	Natrel (Ontario) Inc.
Coppertone®	Nestle Canada Inc.
Duracell Canada Inc.	Nintendo of Canada
Far Coast	Pizza Pizza Ltd.
Homegrown Ontario	Roger's Communications Inc.
Intrawest	Scotiabank
Kraft Canada	Sony Playstation
Mac's Convenience Stores Inc	Staedler Canada
Maple Leaf Foods	Subway Franchise Advertising Fund Trust
Mattel Canada Inc.	Tracker Marine Group
Mercury Marine Ltd.	Warner Bros Canada Inc.

Promotional Partners

680 News	Kellogg Canada Inc.
92.5 JackFM	Lick's
97.3 EZ Rock	Ministry of Tourism (Fun Pass)
98.1 CHFI	McDonald's Restaurants of Canada
Airmiles	Multicom Media
Attractions Ontario	Ontario Science Centre
Canwest Global	Rogers Plus
Canadian Family Magazine	Sing Tao Newspaper
CFTO/CTV	TicketOps
CityTV	Today Daily News
City Parent	Toronto Catholic District School Board
Coca-Cola Company	Toronto District School Board
Entercom Radio	Toronto FC
Fairmont Royal York	Toronto Star
Great Wolf Lodge	World Journal
Hamilton-Wentworth District School Board	

Other Partners

Ontario Ministry of Natural Resources - Kid's Fishing Festival
 Dave Mercer's Facts of Fishing - Kid's Fishing Festival

Acknowledgements

Ontario Place Corporation wishes to acknowledge and express its appreciation to the following agencies and organizations for their co-operation and assistance in 2009:

Board of Governors of Exhibition Place

Canadian International Air Show

Canadian National Exhibition Association

City of Toronto

Ontario Tourism Marketing Partnership Corporation

Toronto Harbour Commission

Toronto Police Service

Toronto Transit Commission

Tourism Toronto

Transport Canada (Toronto Island Airport)

Waterfront Toronto

Chair's Statement

In February 2009, the Government of Ontario released *Discovering Ontario: A report on the future of tourism*. This report recommended that Ontario Place be developed as a flagship for a new era in Ontario tourism by making it a year-round attraction, developing a master plan that includes the surrounding area, and investing in local infrastructure. With this call to action, Ontario Place began its response to this long-term recommendation while administering the operations of the park.

In 2009, Ontario Place unveiled its new Heritage Square that hosted a number of special events throughout the season, including Muslim Heritage Weekend, Christian Heritage Day, Portugal Day 2009, Portuguese Culture and Music Festival, Salsa at Ontario Place, The Great Green Adventure Show, Caribana 2009, Vietnamese Heritage Day, Wushu Martial Arts Presentations, Virgin Music Festival and Chinese Cultural Week.

Wild World of Weather was another addition to the park in 2009. This new attraction included seven interactive exhibits allowing guests to experience and understand the impact on our planet of lightning, rain, fog, ice, earthquakes, tornadoes and snow through photographs, informative facts, sounds, lighting and various other special effects.

Again in 2009, Ontario Place hosted the Canada Dry Festival of Fire for three nights. This event has been recognized as one of the top 100 events in the province by Festival and Events Ontario for the past four years. And, we were proud to have been voted best seasonal attraction by City Parent readers in 2009.

However, despite the addition of new attractions, and in common with all tourist attractions in the region, OPC faced numerous external challenges in 2009, including a downturn in the economy and a related decrease in consumer spending, as well as Toronto's wettest and coolest summer in 70 years.

These factors contributed to Ontario Place park attendance decreasing by 3.7%, and operating revenue dropping by 18.8% in 2009. In response to the decreased attendance and associated drop in revenue, OPC management implemented various cost control measures to realize savings of 26% in administrative and operating expenses over the previous year. When these savings were combined with a 6% increase in revenue from marina operations and an increase in Amphitheatre concert revenue of 5%, OPC completed the 2009 season with a loss of \$36,000 after grants and amortization.

In an effort to manage expenses and maximize revenues while maintaining and growing programs, an operational review was completed in 2009 by KPMG. Specifically, the project scope of the review focused on OPC's potential for long-term sustainability. The Board, staff and Ministry will be addressing the recommendations as the organization moves forward with its future development.

Related to the on-going evaluation and improvement of operations of the park in 2009, the OPC Board established three sub-committees: Marketing, Audit and Strategic Planning. These committees are to act as a resource to Management and the Board, allowing Management to make decisions and operate the park in an efficient and accountable manner.

On behalf of my colleagues on the Board of Directors, I would like to express our thanks to the employees of Ontario Place for their hard work in 2009 and to our business partners and guests for their ongoing support. I am pleased to submit for review the Ontario Place Annual Report for the year ending December 31, 2009.



Joe Halstead,
Chair (A), Ontario Place Corporation Board of Directors

2009 Objectives and Results

Objective 1: Complete capital projects in a timely and managed approach, including the Martin Goodman Trail, and the Trillium Event area.

- Results:**
- 2009 saw the implementation of the second year of a three-year refurbishment strategy. With a capital investment of \$2.8 million provided by the Ministry of Tourism, upgrades such as improvements to existing infrastructure, beautification of the grounds, safety and environmental sustainability through green initiatives were initiated. Specific projects included:
 - The completion and official opening on September 19 of the newly designed portion of the Martin Goodman Trail, which runs along the front entrance of Ontario Place, was completed in partnership with Waterfront Toronto. This 1.3 kilometre section is a critical link in the 56 kilometre Martin Goodman Trail, which provides opportunities for alternative modes of travel across the Toronto waterfront. Federal Minister of Finance James Flaherty, Ontario's Deputy Premier and Minister of Energy and Infrastructure George Smitherman, and Toronto Mayor David Miller attended the opening.
 - The creation of a new programming area, Heritage Square. This space provided a venue for seven cultural events and hosted two successful events for the Caribana festival.
 - The completion of a new exhibit, Wild World of Weather.

Objective 2: Complete an operational review with recommendations to be implemented beginning in 2009.

- Results:**
- The Ontario Place Board of Directors approved the operational review in May. An overview of the report was communicated to all staff in the fourth quarter of 2009.
 - Recommendations relating to organizational effectiveness began to be implemented in December 2009.

Objective 3: Increase staff training/workshops for senior management/supervisors, summer workers, and students, with an emphasis on customer service.

- Results:**
- Ontario Place worked with an International Attractions and Amusement Park Association certified trainer to deliver customer-service training to approximately 500 employees hired for the 2009 season.
 - Supervisor training was given to about 70 managers, assistant managers and supervisors and an additional 15 small group sessions were given to summer students.
 - A special training session was held for Maintenance and Construction staff on OPC policies, health and safety and workplace discrimination and harassment.

2009 Objectives and Results

(continued)

Objective 4: Ensure safe and clean grounds with special attention paid to public washrooms and garbage collection.

- Results:**
- Capital funding allowed for the renovation and refurbishment of washrooms throughout the site.
 - 2009 was the first year of a multi-year agreement with a new janitorial service provider.
 - Washroom cleanliness and maintenance satisfaction results improved over 6% from 2008.

Objective 5a: Increase on-site animation and entertainment on medium to high attendance days, in key areas of Ontario Place.

- Result:**
- On-site animation and entertainment increased significantly in 2009 with the introduction of daily programming at Heritage Square. Entertainment was primarily geared towards families, and featured such shows as The Great Green Adventure Show, The Blonde Moments, and The Beach Party.

Objective 5b: Strengthen Ontario Place's event day/corporate portfolio.

- Result:**
- Ontario Place also greatly enhanced the partnership with Caribana, becoming the host location for all events that took place on the Sunday and Monday of Caribana weekend.

Objective 5c: Partner with third party organizations such as the Honda Indy, Caribana, and Canadian National Exhibition organizers.

- Result:**
- In an effort to strengthen its relationship with third party organizations, Ontario Place held operational and marketing related meetings with Honda Indy, City of Toronto, Caribana and the Canadian National Exhibition.

Objective 6: Renew and expand opportunities for food and beverage sponsorship.

- Result:**
- In 2009, Mac's Convenience Stores signed a two-year agreement with Ontario Place. During this time Mac's became title sponsor of Froster's Soak City. Mac's sold Ontario Place tickets at their 500+ Ontario locations. Additionally, Ontario Place introduced the popular Froster's slush style drinks to guests visiting the park.

Objective 7: Launch a new exhibit experience, Wild World of Weather, by opening day.

- Result:**
- Wild World of Weather opened on June 6, 2009 and consisted of several interactive stages of weather phenomena. Sponsored by CTV Toronto CFTO this new attraction provided marketing opportunities to the education/student market, as well as generating additional media exposure and sponsorship.

2009 Objectives and Results

(continued)

Objective 8: Improve transportation access and egress for guests by developing an integrated transportation/communications plan with area stakeholders.

Result:

- Staff worked with the City of Toronto Transportation Division to develop and improve transportation access and egress for guests by installing digital signage at the east and west entrances of Ontario Place, and adjusting timing of signals at specific intersections.

Objective 9: Reduce energy consumption by conducting an energy audit of utilities and consumption practices.

Result:

- An audit of existing energy consumption established a baseline for electricity, water and gas use site-wide in order to develop a priority listing of energy conservation opportunities, energy savings, cost savings, budget pricing and simple payback periods. The final report is to be released in June 2010.

Objective 10: Develop a new marketing strategy that builds upon current success and uses new creative and technological enhancements.

Results:

- In 2009, Ontario Place moved away from “Kids Just Wanna Have Fun” and developed a positioning statement focused on “Experience Ontario Place” which allowed for expanded marketing efforts focused on concert and corporate opportunities at Ontario Place.
- Ontario Place’s website was recognized by the International Association of Amusement Parks and Attractions as one of the industry’s three best websites in its category.
- Ontario Place was voted best seasonal attraction by City Parent magazine for 2009.
- The Ontario Place website continued its upward trend of increased web traffic: 3.7% (2006), 5.1% (2007), 11.2% (2008), and 12% (2009).

Objective 11: Develop mid to long term strategic plans and initiatives with the Ontario Place Board, Ministry of Tourism and staff at Ontario Place.

Results:

- Ontario Place’s strategic planning process began in the third quarter with the objective of creating a long-term sustainable plan for the organization.
- In 2009, Ontario Place and the Ministry undertook a pre-development analysis to determine site feasibility for future development. The study included:
 - geo-technical testing with 12 bore holes across the site,
 - review of any planning restrictions from local authorities,
 - a topographical survey; and,
 - an environmental assessment under Ministry of Environment and Ontario Realty Corporation guidelines.
- Ontario Place and ministry staff met with Toronto Transit Commission and Metrolinx staff to discuss possible options for improved public transport to Ontario Place.

Visitor Profile

In order to maintain consistently high levels of visitor satisfaction, Ontario Place makes extensive use of surveys and other feedback mechanisms to monitor guest perceptions. The results are used to adjust current park operations on an on-going basis and are considered in the annual planning of programs and services that best enable Ontario Place to meet the expectations of our guests.

In 2002, Ontario Place participated in a collaborative guest satisfaction survey with six other major Greater Toronto Area (GTA) attractions. This survey was repeated in 2009. On-site interviews at Ontario Place were conducted over two periods: June 19-22 and August 7-10. In addition, Ontario Place conducted its own daily exit surveys from May 16 to September 20.

Survey results for Ontario Place in 2009 indicate a generally positive visitor response to the quality and range of the park's features and services.

	2008	2009
Duration of the average visit	4.8 hours	4.3 hours
Average household income	\$92,400	\$102,800
Average group size	4.5 persons	3.4 persons
Guests residing within the GTA	53%	65%
Guests residing within Ontario (outside the GTA)	39%	27%
Guests residing in the rest of Canada	1.4%	3%
Guests residing in the U.S	3.8%	2%
Guests coming from another country	3.8%	3%
Guests 18 years of age or younger	46%	43%
Repeat visitors	72%	67%
Guests rating Play All Summer Pass "value for money"	94%	96%
Guests recommending Ontario Place	87%	85%

Sources: Northstar Research Partners, "Visitor Satisfaction Exit Survey", 2009
Ontario Place Exit Surveys, 2009

Concessions

Ontario Place partners with local and national companies to operate various food, retail and service concessions throughout the park.

Services

National Helicopters Inc.	Offers an exhilarating 10-minute helicopter ride above downtown Toronto and around the CN Tower
K B Enterprises Vending	Provides fulfillment and service to the beverage and snack vending machines throughout the park
Buddy Buggy Stroller Rental	Stroller rentals are operated by Ontario Place Resale staff at the gift shop. Stroller equipment, on-site repair and maintenance support are provided by Buddy Buggy Inc.
Photo Guys Imaging	Provides all equipment and support for photo locations operated by Ontario Place staff
New Way Sales	Provides arcade equipment, maintenance and repairs

Licensed, Full Service Dining, Snacks and Refreshments

DB Canadian Franchising ULC – “Baskin Robbins”	Two locations
Beavertails Inc.	One location
Marina Grille Inc.	Operates a full service sit-down restaurant and a beer/wine patio at Centre Entrance. Marina Grille Inc. is also the caterer of record for Group Sales, South Beach, and the Corporate Lakeside Tents
Seabreeze Foods – “Off the Grill”	Two locations
Pizza Pizza Limited – “Pizza Pizza”	Three locations
Pizza Pizza Limited – “Chicken Chicken”	One location
Booster Juice Inc.	One location
Vital Link Ice Cream & Event Marketing Inc.	A selection of quick service snack items from three kiosk locations and a number of mobile carts throughout the park

Business Partners

Long Term Agreements

Atlantis

A full-service, year-round banquet and corporate events facility that overlooks the Toronto skyline and Lake Ontario. With a capacity of 1,900, Atlantis hosts corporate events and private functions.

Molson Amphitheatre (Live Nation Canada Inc.)

With a capacity of over 16,000, the Molson Amphitheatre is a unique concert venue that presents domestic and international entertainment. Attendance for the 2009 concert season was 311,276 (excluding Heritage Days) up 1.5% from 2008.

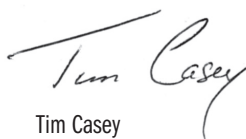
Responsibility for Financial Reporting

The management of Ontario Place Corporation is responsible for the integrity and fair presentation of the financial statements accompanying this report. The financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted in Canada and of necessity include some amounts that are based on estimates and judgments.

Ontario Place maintains systems of internal accounting controls designed to provide reasonable assurance that the financial information is accurate and reliable, the company assets and liabilities are adequately accounted for, and assets are safeguarded. The systems include policies and procedures and an organizational structure that provides for appropriate delegation of authority and segregation of responsibility.

The financial statements have been reviewed by Ontario Place's Audit Committee and have been approved by its Board of Directors. In addition, the financial statements have been audited by the Office of the Auditor General of Ontario, who is required to express an opinion on the preparation of the statements in accordance with generally accepted accounting principles. The Auditor's Report that appears as part of the financial statements outlines the scope of the Auditor's examination and opinion.

On behalf of Management:



Tim Casey
General Manager



Marsha O'Connor, CMA
Director of Finance & Administration

Auditor's Report

To Ontario Place Corporation
and to the Minister of Tourism & Culture

I have audited the balance sheet of Ontario Place Corporation as at December 31, 2009 and the statements of operations changes in equity and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as of December 31, 2009, and the results of its operations and cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.



Gary R. Peall, CA
Deputy Auditor General
Licensed Public Accountant

Toronto, Ontario
June 18, 2010

Ontario Place Corporation Balance Sheet

As at December 31, 2009

ASSETS

Current

Cash - unrestricted
Cash - restricted [Note 3]
Accounts receivable
Inventory
Prepaid expenses and deferred charges

2009 (\$ 000)

2008 (\$ 000)

4,079
4,869
2,261
232
76

2,772
1,939
1,660
179
57

11,517 6,607

Capital Assets [Note 4]

115,603 114,585

Capital Assets Under Lease Obligation [Note 5]

282 —

115,885 114,585

127,402 121,192

LIABILITIES AND EQUITY

Current Liabilities

Accounts payables and accrued liabilities [Note 9B]
Short term portion of lease obligation
Due to the Province of Ontario
Deferred revenue

1,159
43
198
124

9,575
—
234
105

1,524 9,914

Long Term Liabilities

Accrued employee severance liability [Note 9B]
Long term portion of lease obligation [Note 6]

676
264

569
—

940 569

Deferred Capital Contributions [Note 7]

17,223 16,188

Unspent Deferred Capital Contributions [Note 3]

1,869 1,932

19,092 18,120

Equity

Invested in capital assets [Note 8]
Retained income

98,380
7,466

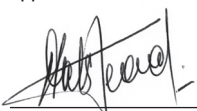
98,404
(5,815)

105,846 92,589

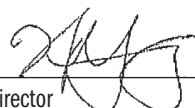
127,402 121,192

See accompanying scheduled and notes to financial statements

Approved on behalf of the Corporation:



Director



Director

Ontario Place Corporation
**Statement of
Operations**

For the Year Ended
December 31, 2009

	2009 (\$ 000)	2008 (\$ 000)
Operating revenue [Schedule 1]	13,855	17,065
Administrative and operating expenses [Schedule 2]	(18,957)	(25,656)
Operating deficit before the following	(5,102)	(8,591)
Province of Ontario operating grants	5,121	5,394
Amortization of deferred capital contributions	1,873	1,624
Amortization of capital assets	(1,897)	(1,822)
Amortization of capital assets under lease	(31)	—
	5,066	5,196
Province of Ontario property tax grant [Note 10]	3,000	—
Recovery of prior years' property taxes [Note 10]	10,293	—
	13,293	—
Net income (loss) for the year	13,257	(3,395)

Ontario Place Corporation
**Statement of
Changes in Equity**

For the Year Ended
December 31, 2009

	2009 (\$ 000)			2008 (\$ 000)
	Invested in Capital Assets	Retained Income	Total	
Balance, beginning of year	98,404	(5,815)	92,589	95,984
Net income/(loss)	(24)	13,281	13,257	(3,395)
Balance, end of year	98,380	7,466	105,846	92,589

See accompanying scheduled and notes to financial statements

Ontario Place Corporation
**Statement of
Cash Flows**

For the Year Ended
December 31, 2009

Operating Activities

Net income (loss) for the year	13,257	(3,395)
Adjustments for items not requiring an outlay of cash		
Amortization of capital assets	1,897	1,822
Amortization of capital leased asset	31	—
Amortization of deferred capital contributions	(1,873)	(1,624)
Net loss/(gain) on disposal of capital asset	—	(1)
Net change in non-cash working capital	(9,064)	2,795
Accrued Employee Severance Liability	107	48
Cash generated from (used in) operating activities	4,355	(355)

Investing Activities

Capital asset acquisitions – net	(2,914)	(2,288)
Capital assets sold	—	8
Capital lease acquisitions	(313)	—
Cash used in investing activities	(3,227)	(2,280)

Financing Activities

Capital grants received	2,845	2,849
Capital lease obligation	264	—
	3,109	2,849

Increase in cash during the year

4,237 214

Cash, beginning of year

4,711 4,497

Cash, end of year

8,948 4,711

See accompanying scheduled and notes to financial statements

Ontario Place Corporation
**Schedules of
Operating Revenue
and Administrative
Operating Expenses**

For the Year Ended
December 31, 2009

**Schedule 1
Operating Revenue**

	2009 (\$ 000)	2008 (\$ 000)
Admissions	5,858	7,341
Parking	1,893	2,388
Sponsorship revenue [Note 11]	1,725	2,112
Amphitheatre	1,289	1,227
Retail sales and catering	1,187	1,532
Concessions and facility rental	689	1,023
Marina	863	813
Other revenue	151	257
Cinesphere revenues	171	207
Interest income	29	165
	<u>13,855</u>	<u>17,065</u>

**Schedule 2
Administrative and Operating Expenses**

Salaries and wages	7,359	8,046
Employee benefits [Note 9]	1,299	1,260
Advertising [Note 11]	2,821	4,907
General and administration	1,959	3,963
Programming and entertainment	1,377	1,660
Site maintenance	914	1,396
Utilities	882	1,103
Supplies	667	1,001
Janitorial	622	641
Cost of retail sales and catering	587	973
Transportation and communications	257	502
Other	213	204
	<u>18,957</u>	<u>25,656</u>

See accompanying scheduled and notes to financial statements

Ontario Place Corporation

Notes to Financial Statements

December 31, 2009

1. Nature of Operations

The Ontario Place Corporation, (the “Corporation” or “Ontario Place”) is a provincial Crown agency, incorporated under the *Ontario Place Corporation Act* R.S.O. 1990. The Corporation is exempted from federal and provincial income taxes and is classified as an “Other Government Organization”.

The Corporation operates a park built on a 96-acre site extending through three islands created using landfill along the Toronto waterfront. The park includes a wide variety of programs, attractions and facilities which capture the spirit of Ontario by featuring distinctive and quality attractions for all ages. The site is intended to provide visitors with an appreciation of the Province’s resources and accomplishments.

The fees charged for admission and the various attractions within the park are subject to approval by the Minister of Tourism and Culture. The Corporation receives grants from the Province to partially cover the costs of activities, programs and rejuvenation of the park.

In addition to the various attractions and activities operated directly by Ontario Place, the Corporation enters into a number of licence, ground lease and special event agreements with various private-sector companies.

2. Significant Accounting Policies

(A) BASIS OF ACCOUNTING

The financial statements are the representations of management prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

(B) INVENTORY

Supplies inventory is valued at cost.

(C) CAPITAL ASSETS

Capital assets are recorded at cost less accumulated amortization. Amortization is calculated using the straight-line method over the estimated useful lives of the assets as indicated below:

Buildings	25 years
Attractions	10 years
Equipment, fixtures	10 years
Computer equipment	4 years

(D) USE OF ESTIMATES

The preparation of financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles requires that management make estimates and assumptions that affect the reported amount of assets and liabilities as at the date of the financial statements and the reported amounts of revenues and expenditures for the period. Actual amounts could differ from these estimates.

Ontario Place Corporation
Notes to Financial
Statements

December 31, 2009

2. Significant Accounting Policies (Continued)

(E) FAIR VALUE OF FINANCIAL INSTRUMENTS

Ontario Place follows the Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) accounting standards pertaining to financial instruments. These standards establish guidance for the recognition and measurement of financial assets and liabilities and how financial instrument gains and losses should be accounted for. Under these new standards, all financial instruments are classified into one of the following five categories: held-for-trading, held to maturity, loans and receivables, available for sale financial assets, or other financial liabilities.

Under these standards, all financial instruments are required to be measured at fair value upon initial recognition except for certain related party transactions. After initial recognition, financial instruments should be measured at their fair values, except for financial assets classified as held to maturity or loans and receivables and other financial liabilities, which are measured at cost or amortized cost.

The Corporation's financial assets and liabilities are accounted for as follows:

- Cash is classified as held for trading and recorded at fair value.
- Accounts receivable are classified as loans and receivables and are valued at face value which approximates fair value given their short term maturities.
- Accounts payable and Due to the Province are classified as other financial liabilities and are recorded at face value which approximates fair value given their short term maturities.

It is management's opinion that Ontario Place is not exposed to significant interest rate, currency or liquidity risk arising from its financial instruments due to their nature. Ontario Place is exposed to credit risk by its customers. As a result, it determines on a continual basis, the probable credit losses and sets up a provision for losses based on the estimated realizable value.

(F) NON-MONETARY TRANSACTIONS

In the course of business the Corporation enters into non-monetary transactions under which goods and services are acquired in exchange for advertising services. Non-monetary transactions are measured based on fair market value when there is evidence to support the fair value. When the transaction lacks commercial substance, the contract or carrying value is used. The Corporation had non-monetary transactions during the year ended December 31, 2009. These transactions were material in nature and are disclosed in Note 11.

Ontario Place Corporation Notes to Financial Statements

December 31, 2009

3. Cash – Restricted

Cash grants totalling \$4,869,000 are held by Ontario Place which are externally restricted as follows:

(A) PROPERTY TAX GRANT \$3,000,000

The property tax grant provided by the Ministry of Tourism and Culture requires that the funds be used for Property Taxes for property occupied by the Corporation and are subject to recovery by the Ministry if not used for the intended purposes.

(B) UNSPENT DEFERRED CAPITAL CONTRIBUTION \$1,869,000

Unspent deferred capital contributions represent the amount of unspent restricted capital grants received for the purchase of depreciable capital assets. Refer to Note 7 regarding Deferred Capital Contributions. Of this amount, \$601,000 is committed and was spent in 2010 for the removal of PCB cooled transformers.

4. Capital Assets

Capital assets consists of the following:

	2009 (\$ 000)			2008 (\$ 000)
	Cost	Accumulated Amortization	Net Book Value	Net Book Value
Land, waterlots	101,660	—	101,660	101,660
Buildings	12,121	4,630	7,491	7,486
Attractions	10,490	5,435	5,055	4,197
Equipment, fixtures	2,855	1,483	1,372	1,213
Computer equipment	56	31	25	29
	127,182	11,579	115,603	114,585

5. Equipment Under Capital Lease

	Dec. 31 (\$ 000)	Dec 31 (\$ 000)
Land, waterlots	313	—
Computer equipment	(31)	—
	282	—

The equipment under the capital lease is amortized on a straight-line basis over its economic life of 10 years. The amount of amortization charged to expense in 2009 is \$31,343 (\$0 for 2008).

Ontario Place Corporation Notes to Financial Statements

December 31, 2009

6. Capital Lease Obligation

The following is a schedule of future minimum lease payments under the capital lease expiring October 31, 2015 together with the balance of the obligation under capital lease.

Year ending December 31	2009 (\$ 000)
2010	57
2011	57
2012	57
Up to 2015	187
Total minimum lease payments	358
Amount representing interest at 5%	(51)
Balance of the obligation	307

7. Deferred Capital Contributions

Purchased assets have been capitalized and the corresponding capital grants have been deferred together with unspent capital grants. Spent capital grants are amortized into income on the same basis that the underlying assets are amortized. The changes in the deferred capital contributions balance are as follows:

	2009 (\$ 000)	2008 (\$ 000)
Balance, beginning of year	18,120	16,895
Amount amortized to revenue	(1,873)	(1,624)
Capital grants received	2,845	2,849
Balance, end of year	19,092	18,120

8. Invested in Capital Assets

The invested in capital asset balance represents the net amount of the Corporation's investment in capital assets less the deferred capital contribution balance at year end.

Ontario Place Corporation
Notes to Financial
Statements

December 31, 2009

9. Employee Benefits

(A) PENSION BENEFITS

The Corporation provides pension benefits for all its permanent employees (and to non-permanent employees who elect to participate) through the Public Service Pension Fund (PSPF) and the Ontario Public Service Employees' Union Pension Fund (OPSEU Pension Fund) which are both multiemployer plans established by the Province of Ontario. The Province of Ontario, which is the sole sponsor of the PSPF and a joint sponsor of the OPSEU-PF, determines the Corporation's annual payments to the funds. Accordingly, the pension expense is the Corporation's share of the required contribution to the PSPF and OPSEU pension funds for the year, which was \$278,728 (2008 - \$269,873), and is included in employee benefits in the Schedule of Administrative and Operating Expenses.

(B) NON-PENSION BENEFITS

The cost of unused vacation and earned legislated severance entitlements are accrued for in the financial statements. Amounts due within one year are included in accounts payable and accrued liabilities.

The cost of other post-employment non-pension employee benefits are paid by the Ministry of Government Services and are not included in the statement of operations.

10. Property Tax Accrual and Recovery

The Corporation believed, and had received a legal opinion in 1997 stating that it had no legal obligation to pay property taxes or grants in lieu of property taxes relating to Ontario Place property not occupied by a tenant. As a result, in fiscal 1996/97, the Board of Directors of the Corporation passed a resolution declaring that, commencing with the 1996 taxation year, the Corporation would not make any payment or record any charges for property taxes or grants in lieu of property taxes with respect to those portions of Ontario Place property not occupied by tenants. The Corporation advised the then Ministry of Economic Development, Trade and Tourism, and the Ministry of Municipal Affairs and Housing of the Board's decision. Changes to the *Municipal Act* in 1998 made the property tax payments mandatory.

The Corporation did not receive a property tax bill from the City of Toronto in 2001 and 2002. In 2001, payments to the City for property tax on land occupied by tenants were returned by the City with the explanation that Ontario Place was exempt from property tax. Since then, the Corporation has received revised property tax bills totalling as follows:

- \$5,091,758 for the years from 2001 to 2008 and a further \$820,670 in 2009 for the taxable portion of property occupied by concessionaires.
- \$14,188,333 for the years from 2001 to 2008 and a further \$596,138 in 2009 for taxes for property occupied by the Corporation.

Ontario Place Corporation Notes to Financial Statements

December 31, 2009

10. Property Tax Accrual and Recovery (Continued)

The amounts billed by the City of Toronto were in dispute, and the Corporation did not reflect the liability for the taxes for property occupied by the Corporation in the 2006 and earlier financial statements.

In August 2007, Ontario Place received \$9.4 million from the Province of Ontario to pay the property tax assessed by the City of Toronto for property occupied by the Corporation. As a result, the Corporation decided to recognize in its financial statements the total of all property tax bills received and subsequently paid the City of Toronto property tax totalling \$11,265,374. This amount consisted of the above-mentioned \$9.4 million plus the amounts received from its concessionaires to the end of 2007. This payment was made without prejudice to Ontario Place's ongoing appeal of its property assessment.

In late 2009, Ontario Place received confirmation of a settlement of the assessment appeals it filed for the tax years from 1998 to 2008. The settlement resulted in, among other matters, a direction that the tax payments are to be determined by applying the residential tax rate for all non-tenanted portions of the OPC lands rather than the commercial rate. This resulted in a reduction of accumulated property taxes billed to the end of 2009 of \$10,292,934. This amount exceeded the amounts billed but not paid by \$826,409, which was refunded by the City of Toronto in 2010.

Pertinent information with respect to property taxes for the last nine years is as follows:

Year	Property Tax Billed to Concessionaires	Corporation's Recognized Property Tax Liability for Premises Occupied by Concessionaires	Total
Billed for Concessionaires Occupied Property			
2001-2008	2,743,205	2,348,553	5,091,758
2009	464,986	355,684	820,670
Sub-total	3,208,191	2,704,237	5,912,428
Billed for Ontario Place Occupied Property			
2001-2008			14,223,333
2009			596,138
Sub-total			14,819,471
Total			20,731,899
Paid (2007)			11,265,374
Liability recognized prior to settlement, including the property tax bill for 2009			9,466,525

Ontario Place Corporation
Notes to Financial
Statements

December 31, 2009

11. Non-monetary Transactions

Ontario Place entered into a number of non-monetary transactions, which saw Ontario Place exchange advertising for a variety of goods and/or services. Most significant are:

	Nature of Goods Exchanged	Basis of Measurement
Rogers Communications Inc.	Wireless services; Wireless products	Contract value
Kidomo Inc.	Live Kids Entertainment	Contract value
Toronto Star	Advertising	Contract value
680 News	Advertising	Fair market value

Approximately \$1,125,000 has been recognized as both sponsorship revenue and advertising expense as a result of these exchanges. There were no gains or losses associated with the above transactions.

12. Comparative Figures

Prior year's figures have been reclassified where necessary to conform to the current year's presentation.

Background

Organization

Inaugurated as a Crown Corporation of the Government of Ontario in May 1971, Ontario Place is administered by a Board of Directors reporting to the Minister of Tourism. Officers of the Corporation are the Chair and Vice-Chair of the Board, the General Manager, and the Secretary/Treasurer.

Organization

For the year ending December 31, 2009, corporate staff levels during the peak operating season numbered:

- 55 full-time staff.
- 24 fixed-term and year-long contract employees.
- Approximately 541 students, recruited primarily from Ontario secondary schools, colleges and universities.
- Approximately 400 additional students and youth employed at on-site concessions.

Major Site Features

The 38-hectare (96-acre) parkland complex was created from landfill and extends through three islands. The major features include:

East Island

- The Molson Amphitheatre (9,000 seats and 7,000 general admission lawn seating)
- Children's Festival Stage (400 seats)
- Heritage Square
- Soak City Water Park
- Mini Bumper Boats
- Mini-Greens
- Power Wheels Track
- First Flight
- Freefall
- Cyclone Speedway
- Super Slide
- Conservation area
- 4 gift shops
- Public parking (capacity of 344 cars and buses)

Pods

- Cinesphere (a 752-seat IMAX® theatre)
- Atlantis entertainment complex and 1,200 square metres of space for themed exhibits

West Island

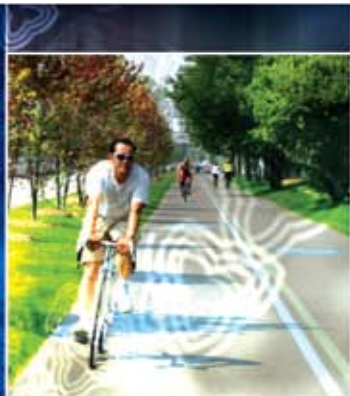
- Wilderness Adventure Ride
- Eco Zone (30 seat) motion simulator ride
- The Go Zone
- OP Driving School
- Cool Hoops
- Bumper Boats
- Japanese Temple Bell
- Pedal Boats
- 1 sit-down restaurant
- 1 gift shop
- 213-slip marina

Mainland

- Public parking (capacity of 1,565 cars)
- 37-slip marina



 **ontario place**



Rapport annuel 2009

pour l'exercice clos le 31 décembre 2009

Table des matières

Notre vision.	1
Notre mission	1
Mandat de la Société	1
Principes de base	1
Membres du conseil d'administration	2
Haute direction	2
Sociétés commanditaires	3
Remerciements	4
Mot du président.	5
Objectifs et résultats de 2009	7
Profil des visiteurs	10
Concessions	11
Partenaires commerciaux	12
Responsabilité relative aux états financiers	13
Rapport du vérificateur	14
États financiers	15
Notes accompagnant les états financiers	19
Contexte	26
Principales caractéristiques du parc	27

Société d'exploitation de la Place de l'Ontario
955, boulevard Lake Shore Ouest
Toronto ON Canada M6K 3B9
www.ontarioplace.com

Un organisme du gouvernement de l'Ontario

Notre Vision

La Place de l'Ontario est un village de divertissements et de loisirs en secteur riverain, ouvert toute l'année, qui témoigne de la culture et des valeurs de l'Ontario.

Notre Mission

Nous avons pour mission de permettre aux gens de vivre des expériences culturelles, passionnantes et diversifiées dans un cadre unique.

Mandat de la Société

Le mandat de la Place de l'Ontario est défini dans la Loi sur la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario et est inclus dans le protocole d'entente conclu avec le ministère du Tourisme et de la Culture.

La Société a pour but :

- a. d'exploiter la Place de l'Ontario comme centre d'exposition et de loisirs pour la province;
- b. d'élaborer des projets et des programmes qui permettent à la population de l'Ontario de mieux apprécier la province ainsi que ses réalisations et son potentiel et de fournir aux artistes de talent de la province l'occasion d'exposer leurs oeuvres et de faire valoir leurs possibilités;
- c. d'élaborer des programmes spéciaux considérés comme susceptibles de relever l'image de la province et de coordonner les activités avec l'Exposition nationale du Canada lorsque celle-ci est en cours;
- d. de faire ce que le ministre peut exiger à l'occasion et de le conseiller sur les projets et programmes avantageux pour l'ensemble de la province.

Principes de base

Veiller à l'intérêt et conserver la confiance du public en gérant les fonds et les biens publics de façon responsable;

Favoriser une culture axée sur le comportement éthique, la responsabilité, la transparence et une communication ouverte;

Être diversifiée et englobante;

Encourager la créativité, la formation et le perfectionnement de personnes et d'équipes donnant un bon rendement;

Assurer des prises de décisions éclairées;

Minimiser les risques pour la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario et les actionnaires.

Membres du conseil d'administration

Joe Halstead, président (intérimaire)	du 1 ^{er} juin 2005 au 31 mai 2008 du 1 ^{er} juin 2008 au 31 mai 2011 Président intérimaire à compter du 23 juin 2008
David Angus	du 6 mai 2002 au 5 mai 2010
Keith Stein	du 29 avril 1999 au 28 avril 2009
Linda Franklin	du 7 mai 2003 au 6 mai 2006 du 5 octobre 2006 au 4 octobre 2012
Penny Lipsett	du 22 juin 2005 au 21 juillet 2006 du 18 octobre 2006 au 17 octobre 2012
David Israelson	du 6 juin 2007 au 5 juin 2011
Wanda Richardson	du 9 juillet 2008 au 8 juillet 2011
Joanne Rider	du 8 septembre 2009 au 7 septembre 2012
Winston Young	du 2 décembre 2009 au 1 ^{er} décembre 2012
Drew Fagan, sous-ministre	Membre d'office du 14 janvier 2008 au 15 décembre 2009

Haute direction

John Tracogna	Administrateur général
Keith Brown	Directeur des opérations
Terry Caddo	Directeur du marketing et des communications Directeur des ventes aux groupes (intérimaire)
Jonathan Daley	Directeur des affaires internes et des services à la clientèle Directeur des services auxiliaires (intérimaire)
Marsha O'Connor	Directrice des finances et de l'administration
Mary Strizzi	Directrice des ressources humaines (intérimaire)
Joseph Tavares	Directeur de l'entretien et de la construction

Sociétés commanditaires

La Place de l'Ontario remercie sincèrement ses commanditaires pour leur soutien :

Canada Dry	Molson Canada
Coca-Cola	Natrel (Ontario) Inc.
Coppertone ^{MD}	Nestlé Canada Inc.
Duracell Canada Inc.	Nintendo of Canada
Far Coast	Pizza Pizza Ltd.
Homegrown Ontario	Roger's Communications Inc.
Intrawest	Banque Scotia
Kraft Canada	Sony Playstation
Mac's Convenience Stores Inc.	Staedler Canada
Maple Leaf Foods	Subway Franchise Advertising Fund Trust
Mattel Canada Inc.	Tracker Marine Group
Mercury Marine Ltd.	Warner Bros Canada Inc.

Partenaires promotionnels

680 News	Kellogg Canada Inc.
92.5 JackFM	Lick's
97.3 EZ Rock	Ministère du Tourisme (passeport Plaisirs)
98.1 CHFI	Restaurants McDonald's du Canada
Air Miles	Multicom Media
Attractions Ontario	Centre des sciences de l'Ontario
Canwest Global	Rogers Plus
Magazine Canadian Family	Journal Sing Tao
CFTO/CTV	TicketOps
CityTV	Today Daily News
City Parent	Toronto Catholic District School Board
Coca-Cola	Toronto District School Board
Entercom Radio	Toronto FC
Fairmont Royal York	Toronto Star
Great Wolf Lodge	World Journal
Hamilton-Wentworth District School Board	

Autres partenaires

Ministère des Richesses naturelles de l'Ontario – Festival de pêche pour les enfants
 Dave Mercer's Facts of Fishing – Festival de pêche pour les enfants

Remerciements

La Société d'exploitation de la Place de l'Ontario souhaite exprimer ses remerciements aux organismes et organisations qui suivent pour leur coopération et leur aide en 2009 :

Board of Governors of Exhibition Place

Canadian International Air Show

Association de l'Exposition nationale canadienne

Ville de Toronto

Société du Partenariat ontarien de marketing touristique

Toronto Harbour Commission

Toronto Police Service

Commission de transport de Toronto

Tourism Toronto

Transports Canada (aéroport de Toronto Island)

Waterfront Toronto

Mot du président

En février 2009, le gouvernement de l'Ontario a rendu public un rapport intitulé *À la découverte de l'Ontario : Rapport sur l'avenir du tourisme*. Ce rapport recommandait de revitaliser la Place de l'Ontario pour en faire le phare d'une nouvelle ère du tourisme ontarien, en l'ouvrant toute l'année, en élaborant un plan directeur pour la zone environnante et en investissant dans l'infrastructure locale. Avec cet appel à l'action, la Place de l'Ontario a entrepris des travaux pour donner suite à cette recommandation à long terme tout en administrant les opérations du parc.

En 2009, la Place de l'Ontario a inauguré son nouvel espace Heritage Square, où se sont déroulés un certain nombre d'activités spéciales tout au long de la saison, dont la fin de semaine du patrimoine musulman, le jour du patrimoine chrétien, le jour du Portugal 2009, le festival de la culture et de la musique portugaises, Salsa à la Place de l'Ontario, l'exposition The Great Green Adventure, Caribana 2009, le jour du patrimoine vietnamien, des présentations d'arts martiaux Wushu, le festival de musique Virgin et la semaine culturelle chinoise.

Wild World of Weather s'est ajouté aux attractions du parc en 2009. Cette nouvelle attraction comportait sept expositions interactives permettant aux visiteurs d'explorer et de comprendre l'incidence qu'ont sur notre planète les éclairs, la pluie, le brouillard, la glace, les tremblements de terre, les tornades et la neige, à l'aide de photographies, de renseignements, de sons, de lumières et de nombreux effets spéciaux.

Encore une fois en 2009, il y a eu trois soirs de feux d'artifice Festival of Fire Canada Dry à la Place de l'Ontario. Cet événement a été reconnu comme l'un des 100 principaux événements de la province par Festival and Events Ontario au cours des quatre dernières années. Nous sommes aussi fiers que la Place de l'Ontario ait été choisie la meilleure attraction saisonnière par les lecteurs de City Parent en 2009.

Malgré les nouveautés du parc, à l'instar de toutes les attractions touristiques de la région, la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario (Société) a fait face à de nombreux défis externes en 2009, dont le ralentissement économique qui a entraîné une réduction des dépenses de consommation, ainsi que l'été le plus pluvieux et le plus frais que Toronto ait connu en 70 ans.

Ces facteurs ont contribué à la baisse de 3,7 % du nombre de visiteurs du parc et de 18,8 % des revenus d'exploitation en 2009. Face à cette diminution, la direction de la Société a mis en œuvre diverses mesures de contrôle des coûts en vue de réaliser des économies de 26 % en frais d'administration et d'exploitation par rapport à l'exercice précédent. Combinant ces économies à une augmentation de 6 % des revenus provenant des opérations de la marina et de 5 % des revenus tirés des concerts ayant eu lieu à l'amphithéâtre, la Société a terminé la saison 2009 avec une perte de 36 000 \$, en tenant compte des subventions et de l'amortissement.

En vue de gérer les charges et de maximiser les revenus tout en maintenant et en augmentant les programmes, on a demandé à KPMG d'effectuer un examen des opérations en 2009. Cet examen visait précisément à déterminer la viabilité à long terme de la Société. Les membres du conseil, les employés et le ministère donneront suite aux recommandations de ce rapport au fur et à mesure que l'organisme prendra des mesures pour son développement futur.

En ce qui a trait aux activités continues d'évaluation et d'amélioration des opérations du parc en 2009, le conseil de la Société a mis sur pied trois sous-comités (marketing, vérification et planification stratégique). Ces comités servent de ressource pour la direction et les membres du conseil, de façon à permettre aux membres de la direction de prendre des décisions et d'exploiter le parc de façon efficace et responsable.

Au nom de mes collègues du conseil d'administration, je désire remercier les employés de la Place de l'Ontario pour leur dévouement au cours de 2009, ainsi que nos entreprises partenaires et nos clients pour leur soutien permanent. Je suis heureux de vous soumettre, à des fins d'examen, le rapport annuel de la Place de l'Ontario pour l'exercice clos le 31 décembre 2009.



Joe Halstead

Le président (intérimaire) du conseil d'administration de la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario,

Objectifs et résultats de 2009

Objectif 1 : Réaliser de façon opportune des projets d'immobilisations bien gérés, dont celui de la piste Martin Goodman et de la zone Trillium Event.

- Résultats :**
- En 2009, on a mis en oeuvre la deuxième phase annuelle d'une stratégie triennale de rénovation. Grâce à des dépenses en immobilisations de 2,8 millions de dollars du ministère du Tourisme, on a entrepris notamment des travaux d'amélioration de l'infrastructure en place, d'embellissement des terrains et de renforcement de la sécurité et de la durabilité environnementale dans le cadre d'initiatives écologiques. Ces projets englobaient les suivants :
 - On a terminé, en collaboration avec Waterfront Toronto, la nouvelle section de la piste Martin Goodman, qui passe le long de l'entrée principale de la Place de l'Ontario. La cérémonie d'ouverture officielle a eu lieu le 19 septembre. Cette section de 1,3 kilomètre constitue un lien crucial de la piste Martin Goodman de 56 kilomètres, qui permet d'avoir recours à des modes de déplacement diversifiés dans la zone riveraine de Toronto. Le ministre des Finances fédéral, James Flaherty, le vice-premier ministre et ministre de l'Énergie et de l'Infrastructure de l'Ontario, George Smitherman, et le maire de Toronto, David Miller, ont assisté à la cérémonie d'ouverture.
 - L'aménagement d'un nouvel espace pour la tenue d'événements, le Heritage Square. Sept activités culturelles et deux événements pour le festival Caribana s'y sont déroulés avec beaucoup de succès.
 - La réalisation d'une nouvelle exposition, Wild World of Weather.

Objectif 2 : Effectuer un examen des opérations et mettre en œuvre les recommandations de cet examen à compter de 2009.

- Résultats :**
- Le conseil d'administration de la Place de l'Ontario a approuvé l'examen des opérations en mai. Au cours du quatrième trimestre de 2009, on a communiqué les grandes lignes du rapport qui en a découlé à tous les membres du personnel.
 - En décembre 2009, on a entrepris la mise en œuvre des recommandations relatives à l'efficacité organisationnelle.

Objectif 3 : Offrir davantage d'ateliers de formation aux gestionnaires et aux superviseurs, ainsi qu'aux étudiants et aux autres employés saisonniers, en mettant l'accent sur le service à la clientèle.

- Résultats :**
- La Place de l'Ontario a eu recours aux services d'un formateur certifié de l'International Association of Amusement Parks and Attractions, qui a dispensé de la formation en service à la clientèle à quelque 500 employés embauchés pour la saison 2009.
 - La formation en supervision a été donnée à environ 70 gestionnaires, gestionnaires adjoints et superviseurs et 15 séances supplémentaires ont été organisées pour des petits groupes d'étudiants embauchés pour l'été.
 - Une séance de formation spéciale portant sur les politiques de la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario au sujet de la santé et sécurité, ainsi que de la discrimination et du harcèlement au travail a été mise sur pied pour le personnel chargé de l'entretien et de la construction.

Objectifs et résultats de 2009

(suite)

- Objectif 4 :** **Veiller à la sécurité et la propreté du parc en accordant une attention spéciale aux toilettes publiques et à la collecte des ordures.**
- Résultats :**
- Fonds d'immobilisations consacrés à la rénovation des toilettes dans tout le parc.
 - 2009 a été la première année d'un accord pluriannuel conclu avec un nouveau fournisseur de services de conciergerie.
 - Les niveaux de satisfaction quant à la propreté et l'entretien des toilettes se sont améliorés de plus de 6 % par rapport à 2008.
- Objectif 5a :** **Accroître le nombre d'activités d'animation et de divertissements dans les principales zones du parc les jours où le nombre de visiteurs va de moyen à élevé.**
- Résultats :**
- Il y a eu un accroissement important du nombre d'activités d'animation et de divertissements dans le parc en 2009 grâce à l'ajout d'activités quotidiennes à Heritage Square. Ces activités étaient principalement axées sur les familles et ont englobé The Great Green Adventure Show, The Blonde Moments et The Beach Party.
- Objectif 5b :** **Renforcer les activités organisées par des entreprises à la Place de l'Ontario.**
- Résultats :**
- La Place de l'Ontario a renforcé son partenariat avec Caribana, devenant l'endroit où ont lieu tous les événements se déroulant le dimanche et le lundi de la fin de semaine Caribana.
- Objectif 5c :** **Renforcer le partenariat établi avec des organisations externes, telles que Honda Indy, Caribana et l'Exposition nationale canadienne.**
- Résultats :**
- Dans le but de renforcer sa relation avec des organisations externes, la Place de l'Ontario a organisé des rencontres axées sur les opérations et le marketing avec des représentants de la ville de Toronto, et les organisateurs de Honda Indy, Caribana et l'Exposition nationale canadienne.
- Objectif 6 :** **Renouveler et développer les possibilités de commandites pour la nourriture et les boissons.**
- Résultats :**
- En 2009, la société Mac's Convenience Stores a signé un accord de deux ans avec la Place de l'Ontario. Ce faisant, cette société est devenue commanditaire officiel de Froster's Soak City. Les plus de 500 dépanneurs Mac's de la province ont vendu des billets pour la Place de l'Ontario. De plus, la Place de l'Ontario a fait connaître les populaires barbotines Froster's aux visiteurs du parc.
- Objectif 7 :** **Lancer une nouvelle exposition interactive, Wild World of Weather, le jour d'ouverture.**
- Résultats :**
- Wild World of Weather, une exposition interactive sur les phénomènes météorologiques, a ouvert ses portes au public le 6 juin 2009. Parrainée par CTV Toronto CFTO, cette nouvelle attraction a offert des possibilités de marketing auprès du marché lié à l'éducation et aux étudiants, et a accru l'exposition aux médias et les commandites.

Objectifs et résultats de 2009

(suite)

Objectif 8 : Améliorer l'accès au parc et la sortie du parc pour les automobilistes en élaborant un plan intégré de transport et de communications avec les intervenants de la région.

Résultats :

- Des membres du personnel ont travaillé avec des représentants de la division des transports de la ville de Toronto en vue d'améliorer l'accès au parc et la sortie du parc pour les automobilistes en installant des panneaux de signalisation numérique aux entrées est et ouest de la Place de l'Ontario, et en réglant la synchronisation de la signalisation à certaines intersections.

Objectif 9 : Réduire la consommation d'énergie en effectuant une vérification de la consommation d'énergie.

Résultats :

- Une vérification de la consommation d'énergie a permis d'établir une base de référence pour la consommation d'électricité, d'eau et de gaz dans tout le parc, qui permettra de dresser une liste de priorités quant aux possibilités de conserver l'énergie, de réaliser des économies d'énergie et de coûts, d'obtenir des prix avantageux et d'établir des périodes de récupération simples. Le rapport définitif sera rendu public en juin 2010.

Objectif 10 : Élaborer une nouvelle stratégie de marketing fondée sur les éléments actuels qui donnent de bons résultats et des améliorations technologiques créatives.

Résultats :

- En 2009, la Place de l'Ontario a laissé tomber son slogan « Les enfants veulent avoir du plaisir » pour en adopter un qui met l'accent sur l'expérience de la Place de l'Ontario, qui a permis d'élargir les efforts en matière de marketing en misant sur les possibilités d'organiser des concerts et des activités d'entreprises à la Place de l'Ontario.
- Le site Web de la Place de l'Ontario a été reconnu par l'International Association of Amusement Parks and Attractions comme l'un des trois meilleurs sites Web de l'industrie dans sa catégorie.
- La Place de l'Ontario a été choisie la meilleure attraction saisonnière par les lecteurs du magazine City Parent pour 2009.
- Le site Web de la Place de l'Ontario a continué sa tendance à la hausse quant au nombre de consultations : 3,7 % (2006), 5,1 % (2007), 11,2 % (2008) et 12 % (2009).

Objectif 11 : Élaborer des plans et des initiatives stratégiques à moyen et long terme mettant à contribution le conseil d'administration de la Place de l'Ontario, le ministère du Tourisme et des membres du personnel de la Place de l'Ontario.

Résultats :

- Le processus de planification stratégique de la Place de l'Ontario a débuté au troisième trimestre dans le but d'élaborer un plan viable à long terme pour l'organisation.
- En 2009, la Place de l'Ontario et le ministère ont entrepris une analyse préalable à l'élaboration du plan en vue de déterminer les possibilités de développement du parc. L'étude comportait :
 - un essai géotechnique grâce à 12 trous faits dans le parc;
 - l'examen de toute restriction imposée par les autorités locales en matière de planification;
 - un levé topographique;
 - une évaluation environnementale conforme aux lignes directrices du ministère de l'Environnement et de la Société immobilière de l'Ontario.
- Des membres du personnel de la Place de l'Ontario et du ministère ont rencontré des employés de la Commission de transport de Toronto et de Metrolinx pour discuter de possibilités d'améliorer le transport en commun pour se rendre à la Place de l'Ontario.

Profil des visiteurs

Pour faire en sorte que le taux de satisfaction des visiteurs demeure élevé, la Place de l'Ontario a beaucoup recours à des sondages et d'autres mécanismes permettant de recueillir les commentaires des visiteurs. On se sert des résultats pour adapter de façon permanente les activités du parc et planifier chaque année les programmes et les services offerts par la Place de l'Ontario afin qu'elle soit à même de répondre aux attentes des clients.

En 2002, la Place de l'Ontario s'est jointe à six autres parcs d'attractions importants de la région du grand Toronto pour mener un sondage commun sur la satisfaction des visiteurs. Ce sondage a été effectué de nouveau en 2009. Des sondages ont été réalisés à la Place de l'Ontario au cours de deux périodes : du 19 au 22 juin et du 7 au 10 août. De plus, la Place de l'Ontario a mené ses propres sondages quotidiens à la sortie du parc entre le 16 mai et le 20 septembre.

Les résultats obtenus par la Place de l'Ontario en 2009 indiquent une réaction généralement positive à l'égard de la qualité et de l'éventail des manèges, des attractions et des services du parc.

	2008	2009
Durée moyenne d'une visite	4,8 heures	4,3 heures
Revenu moyen des ménages	92 400 \$	102 800 \$
Taille moyenne des groupes	4,5 personnes	3,4 personnes
Visiteurs habitant dans la région du grand Toronto	53 %	65 %
Visiteurs habitant en Ontario (à l'extérieur de la région du grand Toronto)	39 %	27 %
Visiteurs habitant ailleurs au Canada	1,4 %	3 %
Visiteurs habitant aux États-Unis	3,8 %	2 %
Visiteurs venant d'un autre pays	3,8 %	3 %
Visiteurs ayant 18 ans ou moins	46 %	43 %
Visiteurs qui n'en sont pas à leur première visite	72 %	67 %
Visiteurs estimant que la carte Play All Summer représente un « bon rapport qualité-prix »	94 %	96 %
Visiteurs qui recommanderaient la Place de l'Ontario	87 %	85 %

Sources : Northstar Research Partners, « Visitor Satisfaction Exit Survey », 2009
Sondages réalisés à la sortie du parc par la Place de l'Ontario, 2009

Concessions

La Place de l'Ontario a conclu des ententes de partenariat avec des entreprises locales et nationales pour l'exploitation de diverses concessions pour la vente au détail de nourriture et de marchandises ainsi que pour la prestation de services un peu partout dans le parc.

Services

National Helicopters Inc.

Les amateurs de sensations fortes peuvent faire une balade de 10 minutes dans le ciel du centre-ville de Toronto et autour de la Tour CN.

K B Enterprises Vending

Entreprise qui approvisionne et entretient les machines distributrices de boissons et de collations dans le parc.

Location de poussettes Buddy Buggy

Le personnel chargé des services auxiliaires des boutiques de cadeaux de la Place de l'Ontario se charge de la location des poussettes. L'entreprise Buddy Buggy Inc. les répare et en fait l'entretien sur place.

Photo Guys Imaging

Entreprise qui fournit le matériel et le soutien pour les kiosques de photos, qui sont exploités par des employés de la Place de l'Ontario.

New Way Sales

Entreprise qui fournit l'équipement des salles de jeux électroniques, en assure l'entretien et la réparation.

Repas avec service aux tables, boissons alcoolisées, collations et rafraîchissements

DB Canadian Franchising ULC – « Baskin Robbins » Deux emplacements

Beavertails Inc.

Un emplacement

Marina Grille Inc.

Exploite un restaurant à service complet et une terrasse avec vente de bière et de vin près de l'entrée centrale.

Marina Grille Inc. est aussi le traiteur enregistré pour les ventes aux groupes, à l'emplacement South Beach et aux tentes situées au bord du lac réservées aux entreprises.

Seabreeze Foods – « Off the Grill »

Deux emplacements

Pizza Pizza Limited – « Pizza Pizza »

Trois emplacements

Pizza Pizza Limited – « Chicken Chicken »

Un emplacement

Booster Juice Inc.

Un emplacement

Vital Link Ice Cream et Event Marketing Inc.

Les trois kiosques et les chariots mobiles situés un peu partout dans le parc offrent un choix de collations.

Partenaires commerciaux

Accords de longue durée

Atlantis

Installations pour des banquets à service complet et des activités organisées par des entreprises avec vue des immeubles du centre-ville de Toronto et du lac Ontario. Pouvant accueillir 1 900 personnes, Atlantis est l'endroit tout indiqué pour des activités organisées par des entreprises et des réceptions privées.

Amphithéâtre Molson (Live Nation Canada Inc.)

L'amphithéâtre Molson, qui peut accueillir plus de 16 000 spectateurs, est unique en son genre. On y présente des spectacles d'artistes nationaux et internationaux. L'assistance pour la saison des concerts 2009 a été de 311 276 (à l'exclusion des fêtes du patrimoine), soit une hausse de 1,5 % par rapport à 2008.

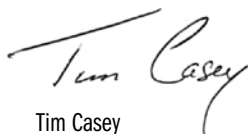
Responsabilité relative aux états financiers

La direction de la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario est responsable de l'intégrité et de la présentation fidèle des états financiers qui accompagnent le présent rapport. Ces états financiers ont été préparés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada et comprennent des montants devant être nécessairement fondés sur les estimations et le jugement de la direction.

La Place de l'Ontario possède des systèmes de contrôle comptable interne visant à fournir un degré raisonnable de certitude que l'information financière est exacte et fiable, que l'actif et le passif de la Société sont comptabilisés adéquatement et que l'actif est protégé. Ces systèmes comportent des politiques et des procédures et une structure organisationnelle prévoyant une délégation de pouvoir et une séparation des responsabilités appropriées.

Les états financiers ont été revus par le comité de vérification de la Place de l'Ontario et ont été approuvés par son conseil d'administration. Ils ont de plus été vérifiés par le vérificateur général de l'Ontario, dont la responsabilité consiste à exprimer une opinion sur la préparation des états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus. Le rapport du vérificateur qui fait partie des états financiers décrit la portée des vérifications de ce dernier ainsi que de l'opinion formulée.

Au nom de la direction :



Tim Casey
Administrateur général



Marsha O'Connor, CMA
Directrice des finances et de l'administration

Rapport du vérificateur

À l'attention de la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario
et du ministre du Tourisme et de la Culture

J'ai vérifié le bilan de la Société d'exploitation de la Place de l'Ontario au 31 décembre 2009 ainsi que les états des résultats, des capitaux propres 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 décembre 2009 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.



Gary R. Peall, CA
Vérificateur général adjoint
Expert-comptable autorisé

Toronto (Ontario)
23 juillet 2010

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**

Bilan

Au 31 décembre 2009

ACTIF

Actif à court terme

Encaisse non affectée	4 079	2 772
Encaisse affectée [Note 3]	4 869	1 939
Débiteurs	2 261	1 660
Stocks	232	179
Charges payées d'avance et charges différées	76	57
	<u>11 517</u>	<u>6 607</u>

Immobilisations [Note 4]

	115 603	114 585
Immobilisations – contrats de location-acquisition [Note 5]	282	–
	<u>115 885</u>	<u>114 585</u>
	<u>127 402</u>	<u>121 192</u>

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES

Passif à court terme

Créditeurs et charges à payer [Note 9B]	1 159	9 575
Portion à court terme de contrats de location-acquisition	43	–
Montant à verser à la province de l'Ontario	198	234
Revenus reportés	124	105
	<u>1 524</u>	<u>9 914</u>

Passif à long terme

Charges à payer au titre des indemnités de départ d'employés [Note 9B]	676	569
Portion à long terme de contrats de location-acquisition [Note 6]	264	–
	<u>940</u>	<u>569</u>

Contributions différées au titre des immobilisations [Note 7]

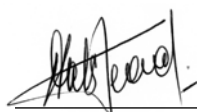
	17 223	16 188
Contributions différées au titre des immobilisations – inutilisées [Note 3]	1 869	1 932
	<u>19 092</u>	<u>18 120</u>

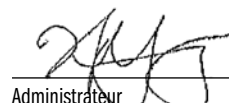
Capitaux propres

Investis dans des immobilisations [Note 8]	98 380	98 404
Bénéfices non répartis	7 466	(5 815)
	<u>105 846</u>	<u>92 589</u>
	<u>127 402</u>	<u>121 192</u>

Se reporter aux annexes et aux notes accompagnant les états financiers.

Approuvé au nom de la Société :


Administrateur


Administrateur

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**

État des résultats

Pour l'exercice clos
le 31 décembre 2009

	2009) (milliers \$)	2008 (milliers \$)
Revenus d'exploitation [Annexe 1]	13 855	17 065
Charges de fonctionnement et frais d'administration [Annexe 2]	(18 957)	(25 656)
Déficit d'exploitation avant les postes suivants	(5 102)	(8 591)
Subventions d'exploitation de la province de l'Ontario	5 121	5 394
Amortissement des contributions différées au titre des immobilisations	1 873	1 624
Amortissement des immobilisations	(1 897)	(1 822)
Amortissement des immobilisations en location	(31)	—
	5 066	5 196
Subvention de la province de l'Ontario pour les impôts fonciers [Note 10]	3 000	—
Recouvrement d'impôts fonciers d'exercices antérieurs [Note 10]	10 293	—
	13 293	—
Bénéfice net/(perte nette) pour l'exercice	13 257	(3 395)

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**

**État des capitaux
propres**

Pour l'exercice clos
le 31 décembre 2009

	2009 (milliers \$)			2008 (milliers \$)
	Investis dans des immobilisations	Bénéfices non répartis	Total	
Solde au début de l'exercice	98 404	(5 815)	92 589	95 984
Bénéfice net/(perte nette)	(24)	13 281	13 257	(3 395)
Solde à la fin de l'exercice	98 380	7 466	105 846	92 589

Se reporter aux annexes et aux notes accompagnant les états financiers.

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**

**État des flux de
trésorerie**

Pour l'exercice clos
le 31 décembre 2009

	2009 (milliers \$)	2008 (milliers \$)
Activités de fonctionnement		
Bénéfice net/(perte nette) pour l'exercice	13 257	(3 395)
Redressements pour les postes n'exigeant pas de décaissement		
Amortissement des immobilisations	1 897	1 822
Amortissement des immobilisations louées	31	—
Amortissement des contributions différées au titre des immobilisations	(1 873)	(1 624)
Perte nette/(gain net) découlant de l'élimination d'immobilisations	—	(1)
Variation nette du fonds de roulement autre que les disponibilités	(9 064)	2 795
Charges à payer au titre des indemnités de départ d'employés	107	48
Encaisse générée par/(utilisée pour) les activités de fonctionnement	4 355	(355)
Activités d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations – net	(2 914)	(2 288)
Immobilisations vendues	—	8
Acquisitions – contrats de location-acquisition	(313)	—
Encaisse utilisée aux fins des activités d'investissement	(3 227)	(2 280)
Activités de financement		
Subventions d'équipement reçues	2 845	2 849
Obligation découlant de contrats de location-acquisition	264	—
	3 109	2 849
Augmentation de l'encaisse durant l'exercice	4 237	214
Encaisse au début de l'exercice	4 711	4 497
Encaisse à la fin de l'exercice	8 948	4 711

Se reporter aux annexes et aux notes accompagnant les états financiers.

**Société d'exploitation de la
Place de l'Ontario**

**Annexes – Revenus
d'exploitation et Charges
de fonctionnement et
frais d'administration**

Pour l'exercice clos
le 31 décembre 2009

Annexe 1

Revenus d'exploitation

	2009 (milliers \$)	2008 (milliers \$)
Droits d'entrée	5 858	7 341
Stationnement	1 893	2 388
Revenus de commandites [Note 11]	1 725	2 112
Amphithéâtre	1 289	1 227
Ventes au détail et services de traiteur	1 187	1 532
Concessions et location des installations	689	1 023
Marina	863	813
Autres revenus	151	257
Revenus de la cinéosphère	171	207
Intérêts créditeurs	29	165
	13 855	17 065

Annexe 2

Charges de fonctionnement et frais d'administration

Traitements et salaires	7 359	8 046
Avantages sociaux des employés [Note 9]	1 299	1 260
Publicité [Note 11]	2 821	4 907
Frais généraux et d'administration	1 959	3 963
Programmation et divertissements	1 377	1 660
Entretien des lieux	914	1 396
Services publics	882	1 103
Fournitures	667	1 001
Conciergerie	622	641
Coût des ventes au détail et des services de traiteur	587	973
Transports et communications	257	502
Autres	213	204
	18 957	25 656

Se reporter aux notes accompagnant les états financiers.

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**
**Notes accompagnant
les états financiers**

31 décembre 2009

1. Nature des activités

La Société d'exploitation de la Place de l'Ontario (la « Société » ou la « Place de l'Ontario ») est un organisme de la Couronne provincial constitué en société en vertu de la Loi sur la *Société d'exploitation de la Place de l'Ontario*, L.R.O. 1990. La Société est exonérée des impôts sur le revenu fédéraux et provinciaux et fait partie des autres organismes du gouvernement.

La Société exploite un parc de 96 acres s'étendant sur trois îles créées à l'aide de terre de remblai, le long du secteur riverain de Toronto. Le parc comprend diverses installations et un large éventail de programmes et d'attractions uniques et de bonne qualité, qui traduisent le caractère de l'Ontario et qui conviennent aux personnes de tout âge. Le parc a été conçu dans le but d'offrir aux visiteurs un aperçu des ressources et des réalisations ontariennes.

Les droits d'entrée et les frais exigés pour les diverses attractions au sein du parc sont soumis à l'approbation du ministre du Tourisme et de la Culture. Par ailleurs, la province accorde des subventions à la Société pour l'aider à payer une partie du coût des activités, des programmes et de la modernisation du parc.

La Place de l'Ontario exploite directement diverses attractions et activités, et la Société accorde des licences et des baux fonciers à différentes entreprises privées et conclut des ententes pour la tenue d'événements spéciaux.

2. Principales conventions comptables

(A) PRINCIPES COMPTABLES

Les états financiers représentent les déclarations de la direction et ils ont été préparés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

(B) STOCKS

Les stocks sont évalués au prix coûtant.

(C) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant moins l'amortissement cumulé. L'amortissement est calculé selon la méthode de l'amortissement linéaire sur la durée d'utilisation estimative des immobilisations tel qu'indiqué ci-après :

Immeubles	25 ans
Attractions	10 ans
Équipement, agencements	10 ans
Matériel informatique	4 ans

(D) RECOURS AUX ESTIMATIONS

La préparation des états financiers selon les principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimations et des hypothèses qui ont une incidence sur le montant déclaré de l'actif et du passif au moment de la production des états financiers et les sommes déclarées de revenus et de dépenses pour la période. Les montants réels peuvent être différents de ces estimations.

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**
**Notes accompagnant
les états financiers**

31 décembre 2009

2. Principales conventions comptables (suite)

(E) JUSTE VALEUR DES INSTRUMENTS FINANCIERS

La Place de l'Ontario suit les normes comptables de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) relatives aux instruments financiers. Ces normes établissent des directives pour la constatation et la mesure de l'actif et du passif financiers ainsi que pour la comptabilisation des gains et des pertes relatifs aux instruments financiers. Dans le cadre des nouvelles normes, tous les instruments financiers sont classés dans l'une des cinq catégories suivantes : titres détenus à des fins de transaction, titres détenus jusqu'à échéance, prêts et créances, actif financier disponible à la vente ou autre passif financier.

En vertu de ces normes, tous les instruments financiers doivent être mesurés à leur juste valeur lors de leur constatation initiale, sauf dans le cas de certaines opérations entre apparentés. Après leur constatation initiale, les instruments financiers doivent être mesurés à leur juste valeur, sauf dans le cas d'actifs financiers classés dans la catégorie des titres détenus jusqu'à échéance, dans celle des prêts et créances ou dans celle d'autre passif financier, qui sont mesurés au coût ou au coût amorti.

L'actif et le passif financiers de la Société sont comptabilisés de la façon suivante :

- L'encaisse est classée comme titre détenu à des fins de transaction et comptabilisée à sa juste valeur.
- Les débiteurs sont classés comme des prêts et créances et sont évalués à leur valeur nominale, ce qui équivaut approximativement à leur juste valeur étant donné les échéances de courte durée.
- Les postes créditeurs et montant à verser à la province sont classés comme autre passif financier et sont comptabilisés à leur valeur nominale, ce qui équivaut approximativement à leur juste valeur étant donné les échéances de courte durée.

De l'avis de la direction, en raison de la nature de ses instruments financiers, la Place de l'Ontario n'est exposée à aucun risque important lié aux taux d'intérêt, aux devises ou à l'illiquidité. Elle est exposée à un risque lié au crédit à l'égard de ses clients. Par conséquent, elle détermine, de façon continue, les créances irrécouvrables probables et établit une provision pour les pertes en fonction de la valeur réalisable estimative.

(F) OPÉRATIONS NON MONÉTAIRES

Dans le cadre de ses activités, la Société effectue des opérations non monétaires, au cours desquelles elle échange de la publicité contre des biens et services. Ces opérations sont évaluées selon la juste valeur marchande lorsqu'il existe des preuves pour appuyer la juste valeur. Lorsqu'une opération manque de substance sur le plan commercial, la valeur du contrat ou la valeur comptable est utilisée. La Société a effectué des opérations non monétaires pendant l'exercice clos le 31 décembre 2009. Ces opérations étaient importantes et sont divulguées à la note 11.

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**
**Notes accompagnant
les états financiers**

31 décembre 2009

3. Encaisse affectée

Des subventions en espèces totalisant 4 869 000 \$ sont détenues par la Place de l'Ontario et sont grevées d'affectations d'origine externe comme suit :

(A) SUBVENTION POUR LES IMPÔTS FONCIERS DE 3 000 000 \$

Les fonds de la subvention pour les impôts fonciers octroyée par le ministère du Tourisme et de la Culture doivent être affectés aux impôts fonciers pour le bien-fonds occupé par la Société et peuvent être recouvrés par le ministère s'ils ne sont pas utilisés aux fins prévues.

(B) CONTRIBUTIONS DIFFÉRÉES AU TITRE DES IMMOBILISATIONS – INUTILISÉES 1 869 000 \$

Les contributions différées au titre des immobilisations qui n'ont pas été utilisées représentent le montant inutilisé des subventions d'équipement affectées octroyées pour l'acquisition d'immobilisations amortissables. Se reporter à la note 7 pour les contributions différées au titre des immobilisations. De ce montant, 601 000 \$ sont engagés et ont été dépensés en 2010 pour l'enlèvement des transformateurs refroidis au BPC.

4. Immobilisations

Les immobilisations se présentent comme suit :

	2009 (milliers \$)			2008 (milliers \$)
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Terrains, lots de grève	101 660	—	101 660	101 660
Immeubles	12 121	4 630	7 491	7 486
Attractions	10 490	5 435	5 055	4 197
Équipement, agencements	2 855	1 483	1 372	1 213
Matériel informatique	56	31	25	29
	127 182	11 579	115 603	114 585

5. Équipement faisant l'objet d'un contrat de location-acquisition

	31 déc. 2009 (milliers \$)	31 déc. 2008 (milliers \$)
Équipement (coût)	313	—
Amortissement cumulé	(31)	—
	282	—

L'équipement faisant l'objet d'un contrat de location-acquisition est amorti selon la méthode de l'amortissement linéaire sur sa durée d'utilisation de 10 ans. Le montant de l'amortissement imputé aux charges en 2009 est 31 343 \$ (0 \$ pour 2008).

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**
**Notes accompagnant
les états financiers**

31 décembre 2009

6. Obligation découlant de contrats de location-acquisition

Le tableau suivant renferme les futurs paiements minimums de location en vertu de contrats de location-acquisition venant à expiration le 31 octobre 2015, ainsi que le solde de l'obligation découlant de contrats de location-acquisition.

Exercice clos le 31 décembre	2009 (milliers \$)
2010	57
2011	57
2012	57
Jusqu'en 2015	187
Total des paiements minimums de location	358
Montant représentant un intérêt de 5 %	(51)
Solde de l'obligation	307

7. Contributions différées au titre des immobilisations

Les immobilisations acquises ont été comptabilisées et les subventions d'équipement correspondantes ont été différées avec les subventions d'équipement inutilisées. Les subventions d'équipement utilisées sont amorties en tant que bénéfices de la même façon que les actifs sous-jacents. Les changements qui sont survenus dans les contributions différées au titre des immobilisations se présentent comme suit :

	2009 (milliers \$)	2008 (milliers \$)
Solde au début de l'exercice	18 120	16 895
Montant amorti en tant que revenus	(1 873)	(1 624)
Subventions d'équipement reçues	2 845	2 849
Solde à la fin de l'exercice	19 092	18 120

8. Investis dans des immobilisations

Le solde du poste Investis dans des immobilisations représente le montant net de l'investissement de la Société dans les immobilisations moins le solde des contributions différées au titre des immobilisations à la fin de l'exercice.

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**
**Notes accompagnant
les états financiers**

31 décembre 2009

9. Avantages sociaux des employés

(A) PRESTATIONS DE RETRAITE

La Société offre un régime de retraite à tout son personnel permanent, ainsi qu'aux membres du personnel non permanent qui veulent y participer, par l'entremise de la Caisse de retraite des fonctionnaires (CRF) et de la Caisse de retraite du Syndicat des employés et employés de la fonction publique de l'Ontario (SEFPO), qui sont des régimes interentreprises, établis par la province de l'Ontario. La province de l'Ontario, qui est le seul promoteur de la CRF et co-promoteur de la Caisse de retraite du SEFPO, détermine les paiements annuels que la Société doit verser à ces caisses. La cotisation de la Société au titre de la CRF et de la Caisse de retraite du SEFPO s'élevait à 278 728 \$ pour l'exercice (269 873 \$ en 2008) et elle est comprise dans les avantages sociaux des employés à l'annexe Charges de fonctionnement et frais d'administration.

(B) AVANTAGES NON LIÉS À LA RETRAITE

Le coût des vacances inutilisées et des indemnités de départ imposées par la loi est intégré aux états financiers. Les montants à verser à l'intérieur d'un an sont inclus dans le poste Créiteurs et charges à payer.

Le coût des autres avantages non liés à la retraite obtenus par les employés à la retraite est assumé par le ministère des Services gouvernementaux et n'est pas inclus dans l'état des résultats.

10. Impôts fonciers courus et recouvrés

La Société est d'avis, et a reçu un avis juridique à cet effet en 1997, qu'elle n'a aucune obligation légale de payer des impôts fonciers ou des subventions tenant lieu d'impôts fonciers relativement au bien-fonds de la Place de l'Ontario non occupé par des locataires. Par conséquent, durant l'exercice 1996-1997, le conseil d'administration de la Société a adopté une résolution selon laquelle, dès l'année d'imposition 1996, la Société n'effectuerait aucun paiement ou n'inscrirait aucune charge au titre d'impôts fonciers ou de subventions tenant lieu d'impôts fonciers relativement aux portions de terrain de la Place de l'Ontario qui ne sont pas occupées par des locataires. La Société a informé le ministère du Développement économique, du Commerce et du Tourisme de l'époque, ainsi que le ministère des Affaires municipales et du Logement de la décision du conseil. Des modifications apportées en 1998 à la *Loi sur les municipalités* ont rendu les paiements d'impôts fonciers obligatoires.

En 2001 et en 2002, la Société n'a pas reçu d'avis de cotisation pour les impôts fonciers de la ville de Toronto. En 2001, les paiements versés à la ville pour les impôts fonciers des terrains occupés par des locataires ont été retournés par la ville, qui a indiqué que la Place de l'Ontario était exonérée d'impôts fonciers. Depuis, la Société a reçu des avis de cotisation révisés selon ce qui suit :

- 5 091 758 \$ pour les exercices allant de 2001 à 2008 et 820 670 \$ en 2009 pour la portion du terrain imposable occupée par des concessionnaires.
- 14 188 333 \$ pour les exercices allant de 2001 à 2008 et 596 138 \$ en 2009 pour les impôts fonciers pour le terrain occupé par la Société.

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**
**Notes accompagnant
les états financiers**

31 décembre 2009

10. Impôts fonciers courus et recouvrés (suite)

Les montants facturés faisaient l'objet d'un différend avec la ville de Toronto. La Société n'a donc pas inscrit dans les états financiers de 2006 et des exercices antérieurs les charges à payer pour les impôts fonciers facturés pour le terrain occupé par la Société.

En août 2007, la Place de l'Ontario a reçu 9,4 millions de dollars de la province de l'Ontario pour le paiement des impôts fonciers facturés par la ville de Toronto pour le terrain occupé par la Société. Par conséquent, la Société a décidé de constater dans ses états financiers le montant total de tous les avis de cotisation pour les impôts fonciers reçus et a par la suite payé à la ville de Toronto les impôts fonciers totalisant 11 265 374 \$. Ce montant était constitué des 9,4 millions de dollars reçus de la province de l'Ontario et des montants versés en impôts fonciers par ses concessionnaires jusqu'à la fin de 2007. Ce paiement a été effectué sans qu'il soit porté atteinte à l'appel interjeté par la Place de l'Ontario concernant les évaluations d'impôts fonciers.

À la fin de 2009, la Place de l'Ontario a reçu la confirmation du règlement des appels qu'elle avait interjetés pour les années d'imposition allant de 1998 à 2008. Le règlement a donné lieu notamment à une directive visant à faire en sorte que les paiements d'impôts fonciers soient déterminés en appliquant le taux d'impôt foncier résidentiel plutôt que le taux commercial pour toutes les portions du terrain de la Société non occupées par des locataires. Il en a résulté une réduction de 10 292 934 \$ du montant cumulatif d'impôts fonciers facturés jusqu'à la fin de 2009. Ce montant dépassait de 826 409 \$ les montants facturés mais non acquittés, et il a été remboursé par la ville de Toronto en 2010.

Les renseignements pertinents au sujet des impôts fonciers pour les neuf dernières années sont les suivants :

Exercice	Impôts fonciers facturés aux concessionnaires	Passif constaté par la Société lié aux impôts fonciers pour les lieux occupés par les concessionnaires	Total
Impôts fonciers facturés pour le terrain occupé par les concessionnaires			
2001-2008	2 743 205	2 348 553	5 091 758
2009	464 986	355 684	820 670
Total partiel	3 208 191	2 704 237	5 912 428
Impôts fonciers facturés pour le terrain occupé par la Place de l'Ontario			
2001-2008			14 223 333
2009			596 138
Total partiel			14 819 471
Total			20 731 899
Payés (2007)			11 265 374
Passif constaté avant le règlement, y compris l'avis de cotisation pour 2009			9 466 525

**Société d'exploitation de
la Place de l'Ontario**
**Notes accompagnant
les états financiers**

31 décembre 2009

11. Opérations non monétaires

La Place de l'Ontario a effectué un certain nombre d'opérations non monétaires, dans le cadre desquelles elle a échangé de la publicité contre divers biens ou services. Voici les plus importantes :

	Nature des biens échangés	Façon de mesurer
Rogers Communications Inc.	Services sans fil; produits sans fil	Valeur du contrat
Kidomo Inc.	Spectacles pour enfants	Valeur du contrat
Toronto Star	Publicité	Valeur du contrat
680 News	Publicité	Juste valeur marchande

Environ 1 125 000 \$ ont été constatés en tant que revenus de commandites et charges de publicité en raison de ces échanges. Il n'y a pas de gains ni de pertes associés aux opérations précédentes.

12. Chiffres correspondants

Les chiffres correspondants de l'exercice antérieur ont été redressés au besoin pour qu'ils soient conformes à la présentation de l'exercice en cours.

Contexte

Organization

La Place de l'Ontario, qui a été inaugurée en mai 1971 en tant que société de la Couronne du gouvernement de l'Ontario, est administrée par un conseil d'administration qui relève du ministre du Tourisme. Les membres de la direction de la Société sont : le président et le vice-président du conseil d'administration, l'administrateur général et le secrétaire/trésorier.

Personnel

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2009, le nombre d'employés de la Société pendant la saison d'exploitation de pointe était le suivant :

- 55 employés à temps plein.
- 24 employés à contrat à durée déterminée ou à l'année.
- Environ 541 étudiants, principalement recrutés dans les écoles secondaires et les collèges et universités de l'Ontario.
- Les concessions sur place ont fourni un emploi à quelque 400 étudiants et jeunes supplémentaires.

Principales caractéristiques du parc

Le parc récréatif de 38 hectares (96 acres) s'étend sur trois îles créées à l'aide de terre de remblai. Les principales caractéristiques de la Place de l'Ontario sont les suivantes :

Île est

- Amphithéâtre Molson (9 000 sièges et 7 000 places populaires sur la pelouse)
- Scène Festival pour enfants (400 sièges)
- Heritage Square
- Parc d'attractions nautiques Soak City
- Mini-bateaux tamponneurs
- Mini-golf
- Power Wheels Track
- First Flight
- Freefall
- Cyclone Speedway
- Super Slide
- Aire de conservation
- Quatre boutiques de cadeaux
- Stationnement public (capacité de 344 voitures et autobus)

Pavillons

- Cinésphère (cinéma IMAXMD de 752 sièges)
- Complexe de divertissements Atlantis et 1 200 mètres carrés pouvant servir à des expositions sur des thèmes particuliers

Île ouest

- Manège Wilderness Adventure
- Simulateur de mouvements Eco Zone (30 places)
- The Go Zone
- OP Driving School
- Cool Hoops
- Bateaux-tamponneurs
- Cloche d'un temple japonais
- Pédalos
- Restaurant à service complet
- Boutique de cadeaux
- Marina de 213 places

Partie continentale

- Stationnement public (1 565 places)
- Marina de 37 places