



MUSÉE  
CANADIEN  
DE L'HISTOIRE  
-  
CANADIAN  
MUSEUM  
OF HISTORY



MUSÉE  
CANADIEN  
DE LA GUERRE  
-  
CANADIAN  
WAR  
MUSEUM

# SOMMAIRE DU PLAN D'ENTREPRISE

POUR LA PÉRIODE DE PLANIFICATION  
DE 2020-2021 À 2024-2025

---

ET LES BUDGETS DE FONCTIONNEMENT ET  
D'IMMOBILISATIONS POUR 2020-2021

## TABLE DES MATIÈRES

Déclaration sur les effets de la pandémie de la COVID-19.....	3
Résumé.....	4
1. Aperçu.....	5
2. Environnement opérationnel.....	6
3. Objectifs, stratégies et indicateurs de rendement.....	10
4. États financiers de 2020-2021 à 2024-2025.....	22
Annexe : Répercussions de la pandémie de la COVID-19.....	27

## **Déclaration sur les effets de la pandémie de la COVID-19**

---

Le présent plan d'entreprise a été préparé en 2019-2020 et approuvé par le conseil d'administration le 16 janvier 2020, avant la fermeture forcée des Musées, le 14 mars dernier, à cause de la COVID-19. De nombreux éléments de ce plan d'entreprise ont dû être repensés dans les mois qui ont suivi pour mener à bien notre mandat tout en assurant la sécurité des membres du public et du personnel. Une annexe, approuvée par le conseil d'administration le 1<sup>er</sup> septembre 2020, donne une vue d'ensemble des répercussions de la pandémie de la COVID-19 sur les activités et les plans du Musée canadien de l'histoire, ainsi que les investissements consentis par le gouvernement du Canada pour assurer la continuité de nos opérations. L'annexe présente un aperçu de la période d'avril à août 2020 ; les répercussions et les mesures apportées ont continué à changer au gré de l'évolution de la situation.

## Résumé

---

Le Musée canadien de l'histoire est une société d'État fédérale responsable de deux musées nationaux : le Musée canadien de l'histoire (MCH) et le Musée canadien de la guerre (MCG). Ensemble, les Musées présentent les trésors nationaux du Canada ainsi que des expositions qui préservent les souvenirs et les expériences des Canadiens et des Canadiennes par l'exploration des événements, des personnes, des récits et des objets spéciaux qui ont contribué à façonner le pays, des temps les plus anciens jusqu'à nos jours. Les Musées proposent aussi des expositions sur l'histoire et les cultures du monde.

Au cours de la période de planification, les six orientations stratégiques suivantes, établies par le conseil d'administration en septembre 2019, guideront les activités et les programmes de la Société :

- 1. Encourager les Canadiens et les Canadiennes de partout au pays à mieux connaître leur histoire commune ;**
- 2. Renforcer la position du Musée comme source crédible de recherches et de connaissances en histoire canadienne**
- 3. Consolider nos relations avec les peuples autochtones, dans un esprit de respect, de collaboration et de responsabilité partagée des collections et du patrimoine immatériel autochtones;**
- 4. Bâtir et faire découvrir une collection qui reflète bien l'histoire et le caractère distinctif du Canada;**
- 5. Par une diplomatie active, poursuivre, aux échelles nationale et internationale, des projets mutuellement avantageux et propices à l'échange d'idées et de valeurs;**
- 6. Assurer la viabilité et encourager une gestion responsable, tout en favorisant une culture d'excellence et des compétences en muséologie.**

Dans l'esprit de ces orientations stratégiques, la Société mènera des recherches stratégiques et fondées sur des résultats, continuera d'acquérir des objets d'importance nationale et présentera des expositions sur des thèmes qui reflètent la diversité de l'histoire canadienne. Elle renforcera les offres éducatives et les programmes proposés aux deux Musées, en particulier ceux destinés aux familles, et elle veillera à accroître la présence des Musées partout au pays. Elle effectuera les changements institutionnels nécessaires pour resserrer les liens entre les Musées et les peuples autochtones. Et elle poursuivra la sollicitation de partenariats, collaborant avec des communautés autochtones, multipliant les coopérations nationales et internationales, et développant des relations culturelles et muséologiques avec des institutions ayant une vocation similaire. Enfin, elle continuera d'élaborer des solutions novatrices et responsables pour générer des revenus, mettra en œuvre des stratégies pour assurer le maintien de son leadership et des capacités des Musées, et modernisera ses pratiques, systèmes et bâtiments pour rester à jour et concurrentielle.

# 1. Aperçu

---

Le MCH a été constitué en société d'État autonome en vertu de la *Loi sur les musées* du 1<sup>er</sup> juillet 1990, modifiée le 12 décembre 2013. Il constitue une entité juridique distincte, appartenant entièrement à l'État, qui fonctionne de façon indépendante du gouvernement dans ses opérations quotidiennes, ses activités et ses programmes. La Société comprend deux musées : le Musée canadien de l'histoire (MCH) et le Musée canadien de la guerre (MCG). L'emploi des termes « les Musées » et « la Société » dans le présent document renvoie au MCH en tant qu'entité constituée.

La Société est soumise au régime de contrôle et d'imputabilité des sociétés d'État, lequel est établi en vertu de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, ainsi qu'à son Règlement général n° 1. Elle se conforme à d'autres lois, dont la *Loi fédérale sur la responsabilité*, la *Loi sur l'accès à l'information*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, la *Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles*, la *Loi sur les langues officielles* et son règlement ainsi que le *Code canadien du travail*, en plus d'harmoniser ses activités avec le Code de valeurs et d'éthique du secteur public par le truchement de son code de conduite. Elle rend compte au Parlement par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien.

Tel est le mandat du MCH :

**Accroître la connaissance, la compréhension et le degré d'appréciation des Canadiens et des Canadiennes à l'égard d'évènements, d'expériences, de personnes et d'objets qui incarnent l'histoire et l'identité nationales qu'ils ont façonnées, ainsi que les sensibiliser à l'histoire du monde et aux autres cultures.**

La Société réalise son mandat en s'acquittant des trois responsabilités essentielles suivantes :

- **Tenue d'expositions, activités éducatives et transmission de l'histoire canadienne**  
Le Musée canadien de l'histoire élabore, maintient et diffuse des expositions, des programmes et des activités pour accroître la connaissance, la compréhension critique et le respect d'expériences, de personnes et d'objets qui reflètent ou ont façonné l'histoire et l'identité canadiennes, en plus de sensibiliser la population canadienne à l'histoire du monde et aux autres cultures.
- **Activités de recherche et conservation des collections sur l'histoire canadienne**  
Le Musée canadien de l'histoire acquiert et collectionne des artefacts afin de les préserver, d'effectuer des recherches et de documenter l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique qui représente le patrimoine, l'histoire et l'identité du Canada.
- **Installations du Musée canadien de l'histoire**  
Le Musée canadien de l'histoire gère ses installations et en assure l'entretien, en plus de veiller à la sécurité et d'offrir des services d'accueil pour protéger les membres du public et du personnel, et pour présenter, préserver et protéger des artefacts revêtant une importance historique pour les Canadiens et les Canadiennes.

Faisant partie du portefeuille du Patrimoine canadien, la Société contribue à la réalisation des grands objectifs culturels du gouvernement du Canada. Son rôle en matière de politiques publiques est décrit dans le préambule de la *Loi sur les musées*, qui précise que chaque musée national (1) « joue un rôle fondamental [...] dans la conservation et la promotion, dans l'ensemble du Canada et à l'étranger, du patrimoine du Canada et de tous ses peuples, de même que dans la constitution de la mémoire collective de tous les Canadiens et dans l'affirmation de l'identité canadienne », et (2) « représente tant une source d'inspiration et de connaissance qu'un lieu de recherche et de divertissement qui appartient à tous les Canadiens, et offre dans les deux langues officielles un service essentiel à la culture canadienne et accessible à tous ». Le MCH est fier d'aider à faire connaître les récits du Canada au pays et à l'étranger, et, ainsi de remémorer et célébrer la vibrante diversité du pays, tout en contribuant au renforcement des industries créatives canadiennes.

## 2. Environnement opérationnel

---

Au moment d'établir des objectifs et de planifier ses activités, la Société considère un vaste éventail de facteurs, internes et externes, qui influent sur les Musées, tout en présentant à la fois des défis et des occasions.

### Environnement interne

#### *Renouveau du Musée canadien des enfants*

La Société a entamé un renouvellement en profondeur du Musée canadien des enfants (MCE) en 2018-2019, trente ans après l'ouverture de celui-ci en 1989. Le MCE renouvelé, qui ouvrira ses portes en décembre 2021, offrira aux enfants et aux familles des expériences d'apprentissage ludiques qui stimulent la curiosité et la créativité. Il reflétera les approches actuelles du jeu et de l'apprentissage, répondra aux besoins des enfants et des familles d'aujourd'hui, et se fera plus inclusif et accessible. Le renouvellement apporte une importante occasion de trouver des façons nouvelles et originales d'interagir avec les jeunes visiteurs et leurs familles. Pour contrer la fermeture temporaire du MCE, le MCH a planifié une solide offre temporaire : bon nombre des modules de l'actuel MCE seront mis à profit dans une nouvelle expérience intitulée *La ville en action* et une exposition empruntée à un grand musée pour enfants sera présentée. À cela s'ajoutera une riche programmation d'expositions spéciales, d'activités, de programmes et de films qui plaisent aux familles tout au long de la période de fermeture.

#### *Galleries permanentes du MCG*

Les galeries permanentes du MCG remontent à l'ouverture de celui-ci, en 2005. Même si les taux de satisfaction des visiteurs demeurent très élevés (taux de satisfaction global de 96 % en 2017), le cycle de vie général d'une telle exposition est de 20 à 25 ans. Le Musée a déjà actualisé des éléments de la galerie 4 (De la guerre froide à nos jours) pour inclure les plus récentes opérations canadiennes dans des conflits internationaux. Il a aussi commencé à planifier le renouvellement du reste des galeries permanentes, entre autres en mettant le contenu à jour par l'ajout d'artefacts et l'intégration de recherches nouvelles, ainsi que par la proposition d'une expérience de visite plus forte et plus actuelle. Des thèmes comme *les femmes et la guerre, la guerre et la technologie, le combat autochtone et la guerre du futur* aideront à orienter le renouvellement de sorte que, une fois celui-ci mis en œuvre, le MCG passera d'un musée qui aide les visiteurs à comprendre l'histoire militaire du Canada à un musée qui utilise l'histoire militaire du Canada pour aider les visiteurs à comprendre comment leur vie même et le xxi<sup>e</sup> siècle ont été façonnés par la guerre.

#### *Planification financière*

La Société reste éprouvée par l'escalade des frais non discrétionnaires relatifs aux locaux et les réparations aux immobilisations. Elle a la responsabilité de deux institutions nationales emblématiques, dont l'une, le MCH, a plus de 30 ans, de sorte que nombre de ses composantes ont atteint ou atteindront bientôt la fin de leur durée utile prévue. Ces quatre dernières années, le gouvernement du Canada a consenti au Musée des fonds pour des projets d'amélioration des immobilisations aux deux sites; le versement, sur cinq ans, de plus de 15 millions de dollars a été approuvé et plusieurs projets d'immobilisations sont à divers stades de réalisation ou d'achèvement. Néanmoins, le financement de base au titre des dépenses d'immobilisations, de 2,5 millions de dollars, ne suffit pas pour répondre aux besoins en capitaux engendrés par une infrastructure vieillissante et l'obligation de se conformer au code du bâtiment et à la réglementation en matière de santé et sécurité. Les crédits sont restés constants et, malgré d'excellents résultats récents du côté de la fréquentation et de la génération de recettes, la Société ne pourra compter sur la croissance de ses revenus pour absorber ces coûts.

#### *Leadership et capacité de l'effectif*

La Société a eu l'avantage de connaître ces dernières années une équipe relativement stable de dirigeants et de cadres supérieurs, mais le personnel professionnel dans certains domaines essentiels ainsi que des membres clés de la direction sont près de leur retraite. La Société a poursuivi ses efforts pour garantir la continuité des activités par la planification de la relève. Pour renforcer ses capacités en leadership et accroître l'efficacité de la gestion, la Société est en train d'élaborer un programme de

formation en gestion des ressources humaines et financières pour tous les dirigeants et les employés prometteurs. Une stratégie de perfectionnement à long terme adaptée à l'évolution des besoins en matière de connaissances et de compétences verra aussi le jour. Ces efforts contribueront au renforcement des capacités des Musées et à l'atteinte de l'excellence sur un marché où la recherche de talents donne lieu à une très grande concurrence.

## **Environnement externe**

### *Relations avec les peuples autochtones*

Le MCH a rédigé son premier *Cadre orientant les relations avec les Premiers Peuples*. Celui-ci s'inscrit dans une réflexion sur les pratiques passées et redéfinit l'engagement du Musée à l'égard des peuples autochtones – le MCH est riche d'un long passé qui fait foi d'une volonté de faire participer les communautés autochtones canadiennes et de collaborer avec elles. Ce nouveau cadre a été établi pour créer un changement institutionnel qui renforcera les liens entre le Musée et les peuples autochtones, et tracera la voie à suivre, empreinte de respect et bénéfique pour tous. Il fait état d'initiatives qui viennent accroître la compétence culturelle du Musée tout en lui permettant d'honorer son mandat, fort d'un solide programme de recherche et de son positionnement comme site d'excellence muséologique. Il tient compte de l'évolution des lois et du rôle unique du Musée comme signataire de conventions avec les nations autochtones. Le cadre, qui intègre la rétroaction obtenue au fil de vastes consultations internes et externes, trace une approche pluriannuelle en matière de relations avec les Autochtones. Il s'agit d'une approche axée sur les activités touchant l'accès, la participation et le savoir, et qui repose sur des principes, soit la transparence, la responsabilisation et une autorité partagée.

### *Confiance du public*

La notion de « confiance du public » ne cesse de gagner en importance à notre époque numérique, marquée par un accès facile et rapide à l'information et à la désinformation. Plus que jamais auparavant, les musées ont une profonde responsabilité : présenter et communiquer au public de l'information précise et vérifiable; en fait, d'après un certain nombre de sondages récents, les musées sont perçus comme les sources les plus fiables de renseignements, souvent au-dessus des enseignants et des journaux. La Société maintiendra son engagement à agir comme un centre d'excellence en recherche et une source de confiance en matière de contenu sur l'histoire humaine et militaire du Canada, et cet engagement orientera toutes ses activités.

### *Environnement numérique*

La technologie numérique fait partie du vocabulaire muséal depuis un certain temps. C'est un outil qui favorise le rayonnement, l'accessibilité, la mobilisation et la préservation des collections. La Société fait largement appel à la technologie pour s'acquitter de son mandat, ce qui l'oblige à faire d'importants investissements constants. Elle est en train de sonder la possibilité de numériser des collections clés des deux Musées en vue de les faire connaître davantage aux Canadiens (en attendant d'obtenir des fonds). La technologie est également de plus en plus présente dans les expositions, avec beaucoup de contenu interactif qui encourage la participation des visiteurs et la création de liens avec eux. Néanmoins, la Société reconnaît que les artefacts matériels continuent de faire partie intégrante de l'expérience muséale. Les recherches auprès de visiteurs ont fait clairement ressortir que les publics valorisent l'authenticité et que les objets réels restent inégalés, car ils aident à établir des liens avec notre passé. Les expériences et les produits proposés dans la sphère numérique doivent toujours passer le test de la fiabilité et témoigner d'un travail d'érudition. Les Musées s'efforcent de suivre les attentes des visiteurs, en trouvant l'équilibre adéquat entre ce qui est réel et ce qui est numérique, et en adoptant les nouvelles technologies pour améliorer l'expérience muséale et aménager un espace propice à la création de liens avec les autres.

### *Tendances touristiques et économiques*

La Société dépend considérablement de la fréquentation pour honorer son mandat et générer des recettes. La fréquentation des musées subit non seulement l'influence de la qualité, de la diversité et de l'intérêt de l'offre aux visiteurs, mais également celles de la santé des économies et des marchés touristiques intérieurs et étrangers. Les résultats touristiques pour 2019 sont jusqu'à maintenant très bons. À l'heure actuelle, le total d'arrivées de l'étranger tend à être supérieur aux niveaux de 2018. La

Société continue de créer des possibilités de vente avec des voyageurs actifs sur des marchés internationaux comportant un grand nombre de visiteurs potentiels. Même si le MCH et le MCG conservent encore une forte part du marché régional, les musées de la RCN dans leur ensemble ont connu une chute de la fréquentation globale. La Société s'efforce constamment de trouver des possibilités d'atténuer les tendances de fréquentation et d'y réagir, notamment en travaillant en étroite collaboration avec les partenaires, y compris Tourisme Ottawa, Tourisme Outaouais et l'Association touristique autochtone du Canada. Compte tenu de la forte compétition au chapitre des loisirs en général, les Musées doivent trouver des moyens de rester en tête de liste dans l'esprit d'éventuels visiteurs dans un contexte marqué par des restrictions de temps et la multiplication des options de loisirs.

#### *Changement climatique et notion de durabilité*

Les conditions météorologiques et les variations de température, dont les épisodes de chaleur plus élevée et les risques d'incidents liés à la météo comme les inondations et les tornades, ont un impact sur la gestion à long terme des Musées. La Société cherche résolument des solutions pour consolider ses terrains et berges afin d'atténuer ces risques pour les immeubles et l'infrastructure. Les initiatives écologiques méritent un financement et doivent être intégrées à l'infrastructure des Musées, aux approches en matière de consommation d'énergie et à la gestion des déchets, etc., afin de réduire les répercussions anticipées du changement climatique et de s'assurer que les bâtiments et les collections sont préservés de façon durable.

En raison du changement climatique, une bonne partie de l'histoire du Canada risque d'être emportée par l'érosion des côtes avant de pouvoir être documentée. Le MCH explore la faisabilité d'un projet visant à atténuer l'érosion des sites archéologiques le long des côtes du Canada en sauvegardant, en documentant et en analysant ceux-ci. Le projet tirerait parti de la capacité de recherche du MCH, de son expérience de travail avec diverses communautés et des relations qu'il entretient avec les collectivités autochtones. Puisque l'érosion affecte gravement les collectivités autochtones et leurs histoires, les groupes autochtones locaux seraient des partenaires à part entière de ce projet.

#### *Développement urbain*

L'aménagement des plaines LeBreton et le projet Zibi, qui vise la mise en valeur des terres industrielles sur les îles Chaudière et Albert et le long des berges à Gatineau, représentent d'importantes possibilités de croissance, tant sur le plan du nombre de visiteurs que sur celui de l'exploitation du MCG et du MCH. De plus, en avril 2018, la Commission de la capitale nationale (CCN) a présenté son Plan d'aménagement des terrains riverains situés au nord de la rivière des Outaouais, dont le but est de mettre en valeur les rives et les terrains riverains fédéraux (y compris les terrains du MCH) le long du périmètre de sept kilomètres entourant l'île de Hull et le ruisseau de la Brasserie, puis d'améliorer leur accès. Bien que ces initiatives puissent avoir des retombées positives, comme la revitalisation de secteurs près du MCH et du MCG, la Société surveille activement l'incidence des travaux de construction à proximité, comme le dynamitage, sur les bâtiments et les collections. La fermeture de ponts interprovinciaux situés près des deux Musées continue d'influer sur l'accès aux sites. La Société continuera de siéger au comité consultatif spécial de la CCN établi pour le plan d'aménagement des terrains riverains du côté nord et à faire valoir activement les intérêts de la Société lors de l'aménagement des plaines LeBreton.

### **Résultats de la Société, 2018-2019**

L'année 2018-2019 fut une année particulièrement fructueuse pour le MCH et le MCG. Le MCH a présenté de magnifiques expositions sur l'Europe médiévale ainsi qu'à propos du photographe canadien William Notman. Le MCG a procédé à la clôture des commémorations du centenaire de la Première Guerre mondiale avec la présentation d'une exposition sur les 100 derniers jours du conflit, et a exploré les blessures de guerre, tant psychologiques que physiques, par l'entremise d'une exposition de photographies touchantes. De plus, les deux Musées ont continué d'offrir des activités et des programmes éducatifs qui portent à réflexion, puis à s'engager auprès de ses clientèles, de fondations et d'organisations culturelles à travers le Canada et partout dans le monde. La fréquentation et la production de recettes n'ont pas été aussi élevées qu'en 2017-2018, mais cette baisse était entièrement attendue, et l'on avait planifié en conséquence de celle-ci. L'exercice précédent a été exceptionnel, non seulement grâce à l'ouverture de la salle de l'Histoire canadienne, mais aussi avec les célébrations du



150<sup>e</sup> anniversaire de la Confédération, qui se sont traduites par un rendement touristique record dans la région de la capitale nationale. Pour obtenir de plus amples détails sur le rendement passé, prière de consulter le rapport annuel 2018-2019 ([www.museedelhistoire.ca/a1/rapport-annuel-2018-2019/](http://www.museedelhistoire.ca/a1/rapport-annuel-2018-2019/)).

### **Harmonisation avec les priorités et les orientations du gouvernement**

Les plans du MCH sont alignés sur les priorités et les orientations du gouvernement du Canada, ainsi que sur la lettre de mandat du ministre du Patrimoine canadien. Au cours de la période de planification, le MCH contribuera au renouvellement de la relation de nation à nation avec les peuples autochtones, fondée sur la reconnaissance des droits, le respect, la collaboration et le partenariat. Le MCH a beaucoup d'expérience à offrir pour l'élaboration d'un cadre de rapatriement de la propriété culturelle et des restes ancestraux des Autochtones. Il donnera également son appui pour préserver, promouvoir et redynamiser les langues autochtones au Canada par l'identification des ressources archivistiques liées aux langues autochtones et leur mise à disposition auprès des collectivités concernées, et en officialisant l'approche à préconiser pour intégrer les langues autochtones aux expositions qui portent sur des thèmes autochtones.

En tant que musée le plus visité au Canada, il continuera de jouer un rôle important dans l'économie nationale et contribuera au maintien d'une qualité de vie élevée, en plus de favoriser la diversité et le renforcement de l'identité nationale par ses expositions et ses programmes. Les Musées sont bien placés pour contribuer à un examen de la politique nationale sur les musées afin de veiller à ce que les gens puissent découvrir l'histoire canadienne partout au pays. À cette fin, la Société étudiera les possibilités, par la numérisation, de faciliter l'accès aux collections, et elle aura recours à ses plateformes de marketing et de médias sociaux pour faire connaître le nouveau Laissez-passer culturel.

La nouvelle orientation stratégique adoptée par le Musée en ce qui a trait à la diplomatie culturelle reflète l'engagement de mettre en place une nouvelle Stratégie de diplomatie culturelle comportant au moins une mission internationale par année. Par surcroît, la Société s'est engagée à mettre en œuvre des principes de construction verte, et d'assurer la durabilité et la résilience de son portefeuille de biens immobiliers.

La Société aide au rayonnement d'un gouvernement ouvert et transparent par ses pratiques opérationnelles dans des secteurs comme l'accès à l'information, les ressources humaines et l'approvisionnement. Les pratiques d'approvisionnement sont également gérées conformément à des accords commerciaux internationaux qui appuient la transparence, l'absence de discrimination et l'accès aux marchés publics. La Société appuie activement la politique du gouvernement sur les langues officielles en proposant une formation appropriée en langue seconde et des examens de validation, en plus de répondre à des normes élevées en matière de services à la clientèle en français et en anglais auprès du grand public.

La Société fait foi d'un engagement à maintenir de solides bases financières et opérationnelles afin d'offrir des services muséaux de qualité en intégrant la reddition de comptes à sa planification opérationnelle et à ses rapports, en encourageant l'excellence et en adoptant des pratiques exemplaires.

### **3. Objectifs, stratégies et indicateurs de rendement**

---

#### **Orientations stratégiques**

En septembre 2019, le conseil d'administration a établi les orientations stratégiques suivantes afin de guider les activités et les programmes de la :

- 1. Encourager les Canadiens et les Canadiennes de partout au pays à mieux connaître leur histoire commune;**
- 2. Renforcer la position du Musée comme source crédible de recherches et de connaissances en histoire canadienne;**
- 3. Consolider nos relations avec les peuples autochtones, dans un esprit de respect, de collaboration et de responsabilité partagée des collections et du patrimoine immatériel autochtones;**
- 4. Bâtir et faire découvrir une collection qui reflète bien l'histoire et le caractère distinctif du Canada;**
- 5. Par une diplomatie active, poursuivre, aux échelles nationale et internationale, des projets mutuellement avantageux et propices à l'échange d'idées et de valeurs;**
- 6. Assurer la viabilité et encourager une gestion responsable, tout en favorisant une culture d'excellence et des compétences en muséologie.**

Ces orientations stratégiques remplacent celles qui avaient été établies en 2014, soit :

- 1. Positionner le Musée comme une plaque tournante en histoire canadienne, au Canada et partout dans le monde;**
- 2. Tisser des liens entre les Canadiens et leur histoire, et refléter ces liens personnels dans tous les aspects de l'expérience vécue au Musée;**
- 3. Développer une collection qui reflète le mieux l'histoire et le caractère distinctif du Canada;**
- 4. Établir des partenariats et des réseaux dynamiques partout au Canada et sur la scène internationale dans un intérêt mutuel;**
- 5. Veiller à ce que le Musée dispose des ressources financières pour s'acquitter de son mandat.**

Le plan d'entreprise 2020-2021 en est un de transition : les nouvelles orientations servent à indiquer la voie à suivre ces prochaines années, et des cibles sont fixées pour l'exercice à venir à partir d'indicateurs existants.

#### **Priorités de haut niveau, activités et indicateurs de rendement**

Les nouvelles orientations stratégiques correspondent aux trois responsabilités essentielles de la Société et fixent des paramètres pour la planification et la production de rapports. La haute direction met en œuvre un cadre de mesure du rendement pour s'assurer de respecter les orientations stratégiques du conseil. Ce cadre contient des priorités de haut niveau liées à des responsabilités essentielles et à des indicateurs de rendement clés pour permettre la surveillance des activités et la production de rapports au conseil, ainsi que pour éclairer l'exercice de planification annuel de la Société. La haute direction fixe des cibles mesurables tous les trimestres qui permettront aux Musées d'atteindre leurs objectifs stratégiques.

## Orientation stratégique 1 : Encourager les Canadiens et les Canadiennes de partout au pays à mieux connaître leur histoire commune

### Indicateurs et cibles

La Société mesurera la réalisation de l'orientation stratégique 1 au moyen des trois indicateurs suivants :

1. La **fréquentation sur place** – le nombre de personnes qui entrent dans les édifices du MCH et du MCG;
2. Les **entrées payées** – le nombre de visiteurs achetant un billet d'entrée.

Indicateur de mesure du rendement		2018-2019	2019-2020	2020-2021
		Réel	Cible annuelle	Cible annuelle
<b>Fréquentation des Musées (en milliers)</b>				
<b>MCH</b>		1 135	1 100	1 100
<b>MCG</b>		538	525	525
<b>Total</b>		1 673	1 625	1 625
<b>Entrées payées (en milliers)</b>				
<b>MCH</b>		447	420	450
<b>MCG</b>		255	250	230
<b>Total</b>		702	670	680

*La cible fixée pour les entrées payées a été haussée en 2020-2021 en raison du succès prévu de l'exposition **Reines d'Égypte** (de mai à octobre 2020).*

3. Le **nombre d'inaugurations d'expositions** correspond au nombre d'expositions itinérantes réalisées par le MCH et le MCG qui comprennent du contenu canadien et qui font l'objet d'une tournée nationale.

Indicateur de mesure du rendement		2018-2019	2019-2020	2020-2021
		Réel	Cible annuelle	Cible annuelle
<b>Nombre d'inaugurations d'expositions itinérantes</b>				
<b>MCH</b>		18	12	12
<b>MCG</b>		7	6	8
<b>Total</b>		25	18	20

*La cible fixée pour les nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes a été haussée en 2020-2021 pour refléter la popularité de la gamme actuelle d'expositions itinérantes.*

### Activités clés et priorités

Le MCH poursuivra quatre priorités de haut niveau à l'appui de cette orientation stratégique :

#### a) **Renforcer les offres éducatives et les programmes aux deux Musées, surtout ceux destinés aux familles**

Inaugurée en 2017, la salle de l'Histoire canadienne (SHC) propose l'exposition sur l'histoire canadienne la plus vaste et la plus détaillée à ce jour. Elle est aussi bien accueillie par le public que par la critique. Le Programme d'apprentissage du Musée canadien de l'histoire, généreusement soutenu par la famille Rossy, est une initiative de cinq ans qui vise à faciliter les rencontres scolaires comportant un volet d'apprentissage par l'investigation (sur place et en ligne) sur divers thèmes

présents dans la SHC. Le MCG continue d'offrir des programmes et des activités d'apprentissage qui suscitent l'intérêt des visiteurs de tout âge.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Au MCH, poursuivre l'élaboration d'une importante série de programmes et d'activités d'apprentissage sous les thèmes présents dans la SHC, conçus dans différents formats et visant des publics différents
- Offrir une riche programmation d'expositions spéciales, d'activités, de programmes et de films qui plaisent aux familles tout au long de la période de fermeture du MCE
- Au MCG, présenter un éventail de programmes publics pour souligner le 75<sup>e</sup> anniversaire de la fin de la Seconde Guerre
- Continuer de proposer des programmes scolaires et conçus pour les familles
- Garder à l'affiche le programme Hot Docs, qui permet de montrer des documentaires traitant de thèmes contemporains reliés au conflit et à l'expérience humaine de la guerre

**b) Faire progresser le projet de renouvellement du Musée canadien des enfants**

Le renouvellement du MCE s'étend sur trois ans et couvre l'empreinte actuelle de celui-ci.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Conception de l'exposition finale
- Conception architecturale finale
- Installation de l'offre temporaire
- Démontage de l'exposition actuelle
- Ouverture de l'offre temporaire
- Démolition et construction

**c) Accroître la présence des Musées dans l'ensemble du pays**

Le MCH et le MCG, des musées nationaux, se sont engagés à établir des liens avec des auditoires partout au pays. Les expositions itinérantes et la technologie numérique sont deux des moyens dont disposent les Musées pour accroître leur rayonnement.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Continuer de présenter des expositions itinérantes partout au Canada
- Offrir de nouvelles expositions itinérantes sur le Canada et la Seconde Guerre mondiale, sur l'art de l'époque de la Seconde Guerre mondiale et sur les libertés civiles au Canada
- Promouvoir les trousseaux éducatifs du programme Ligne de ravitaillement (Première Guerre mondiale et Seconde Guerre mondiale) et les faire circuler dans différentes écoles au pays, et élaborer un programme similaire pour le MCH
- Lancer des ressources en ligne pour les enseignants
- Accroître la visibilité et le prestige des Musées dans l'ensemble du pays au moyen de partenariats, d'allocutions, de relations avec les médias et d'initiatives dans les médias sociaux
- Élaborer une stratégie triennale qui fournira une feuille de route pour la numérisation des collections et l'amélioration des plateformes en ligne et des expériences numériques sur place

**d) Aider les musées canadiens et les organismes voués au patrimoine à partager leurs histoires par l'intermédiaire de Musées numériques Canada**

Depuis 2014, le MCH assure la gestion du Musée virtuel du Canada (MVC), un programme d'investissement fédéral qui aide les musées et les organismes patrimoniaux de l'ensemble du pays à diffuser en ligne leur contenu narratif et leurs collections dans deux volets d'investissement : les volets Expositions virtuelles et Histoires de chez nous. Les projets du MVC aident à renforcer la capacité des musées et organismes voués au patrimoine dans le domaine du numérique, et à donner un accès

unique, aux Canadiens, à des histoires et expériences d'une grande diversité. Le MVC fera l'objet d'un relancement en 2020-2021, sous le nom Musées numériques Canada.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Lancer la nouvelle marque Musées numérique Canada ainsi que son site Web
- Investir 2,2 millions de dollars dans les projets culturels numériques entrepris par des musées et organismes voués au patrimoine partout au pays
- Amorcer l'élaboration d'une nouvelle plateforme narrative en ligne pour les projets du volet Histoires de chez nous
- Élaborer des ressources ou des initiatives pour appuyer le milieu canadien des musées dans la création de produits en ligne et ainsi renforcer leur capacité numérique

**Orientation stratégique 2 : Renforcer la position du Musée comme source crédible de recherches et de connaissances en histoire canadienne**

**Indicateurs et cibles**

La Société mesurera la réalisation de l'orientation stratégique 2 au moyen des deux indicateurs suivants :

1. Le **nombre de projets de recherche clés** mesure la progression de projets de recherche dans la portée de la stratégie de recherche.

Indicateur de mesure du rendement	2018-2019 Réel	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle
<b>Nombre de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés</b>			
<b>MCH</b>	37	35	35
<b>MCG</b>	9	11	11
<b>Total</b>	46	46	46

2. Le **nombre d'expositions temporaires qui ajoutent des perspectives communautaires au récit national** mesure les expositions spéciales provenant d'autres musées exprimant des points de vue communautaires ou régionaux qui aident les Canadiens à développer une meilleure compréhension de leur histoire commune.

Indicateur de mesure du rendement	2018-2019 Réel	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle
<b>Nombre d'expositions temporaires qui apportent un angle communautaire au récit national</b>			
<b>MCH</b>	1	2	1
<b>MCG</b>	1	1	1
<b>Total</b>	2	3	2

**Activités clés et priorités**

Le MCH poursuivra trois priorités de haut niveau à l'appui de cette orientation stratégique :

- a) **Mener des recherches stratégiques et axées sur les résultats sur des sujets clés reflétant la diversité de l'histoire canadienne, y compris sur des éléments controversés**

La recherche est au cœur même des activités des deux Musées et constitue le fondement essentiel de la collecte et de la sauvegarde des collections nationales. Elle s'inscrit dans le rôle de la Société, soit aider les Canadiens à mieux connaître l'histoire de leur pays. Une stratégie de recherche s'échelonnant sur dix ans dégage les principes directeurs et neuf principaux secteurs d'activité. En plus de projets de recherche particuliers, dont bon nombre sont pluriannuels, les Musées entreprennent des activités de recherche récurrentes touchant l'examen des acquisitions et des collections, ainsi que la négociation de traités et le rapatriement.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Entreprendre la recherche à l'appui de prochaines expositions
- Entreprendre une recherche dirigée sur le Canada contemporain, y compris les politiques, les communautés et les peuples autochtones
- Lancer ou poursuivre des projets de recherche structurés, comme un projet d'histoire orale et un projet de sauvetage archéologique côtier
- Publier des catalogues-souvenirs et des volumes de la collection Mercure

**b) Présenter des expositions sur d'importants chapitres de l'histoire canadienne**

Les expositions constituent le principal produit utilisé pour diffuser les connaissances et perspectives issues de la recherche.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- L'exposition **Les libertés civiles au Canada** sonde l'importance et la fragilité des libertés civiles au Canada à travers le prisme de la *Loi sur les mesures de guerre* du Canada qu'a invoquée le gouvernement fédéral durant les deux guerres mondiales et pendant la crise d'octobre.
- Le quatrième projet mené en partenariat avec Bibliothèque et Archives Canada (BAC), **Objets révélés – Trésors de BAC 2020**, explore des histoires intrigantes et des pièces inhabituelles des collections de BAC et du MCH sous trois thèmes : le fantastique, le mystère et le secret.
- **Vies transformées – Récits de la Seconde Guerre mondiale** est une exposition qui explore les répercussions concrètes de la Seconde Guerre mondiale sur la vie des Canadiens
- **Victoire en Asie** est une exposition de photographies examinant la guerre livrée par le Canada contre le Japon, qui couvre le rôle des communautés canadiennes d'origine chinoise et indienne, 75 ans après le jour de la Victoire sur le Japon

**c) Veiller à l'actualisation du contenu des galeries permanentes du MCG**

Vers la fin de la période de planification, les galeries permanentes du MCG auront 20 ans. Le Musée a d'ores et déjà commencé à planifier le renouvellement de leur contenu ainsi que le rajeunissement de l'expérience de visite globale.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Améliorer la section sur les 100 jours dans la galerie 2 (La guerre sud-africaine et la Première Guerre mondiale)
- Rehausser l'expérience de visite de la section sur la Passerelle de corvette dans la galerie 3 (La Seconde Guerre mondiale)
- Entreprendre la recherche relative aux thèmes suivants : *les femmes et la guerre, la guerre et la technologie, le combat autochtone et la guerre du futur*, pour éclairer le renouvellement des galeries permanentes du MCG

## **Orientation stratégique 3 : Consolider nos relations avec les peuples autochtones, dans un esprit de respect, de collaboration et de responsabilité partagée des collections et du patrimoine immatériel autochtones**

### **Indicateurs et cibles**

La Société supervisera cette orientation stratégique au moyen du plan de mise en œuvre associé au *Cadre orientant les relations avec les Premiers Peuples*.

### **Activités clés et priorités**

Le MCH poursuivra trois priorités de haut niveau à l'appui de cette orientation stratégique :

**a) Mettre en œuvre le *Cadre orientant les relations avec les Premiers Peuples*, y compris le renforcement de protocoles d'accès aux collections et de consultation qui s'inscrivent dans un objectif de responsabilité partagée**

Au cours des dernières décennies, des efforts ont été déployés au MCH pour partager des responsabilités et des collections, de diverses façons, avec les communautés autochtones. Le *Cadre orientant les relations avec les Premiers Peuples* vise à officialiser et à élargir ces pratiques institutionnelles en évolution.

#### **Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Finaliser le plan de mise en œuvre associé au *Cadre orientant les relations avec les Premiers Peuples*
- Officialiser les lignes directrices orientant la participation et la consultation des Autochtones
- Officialiser les protocoles relatifs aux aînés, aux événements publics et aux matériaux sacrés
- Améliorer l'accès local aux collections autochtones pertinentes

**b) Établir ou renforcer des partenariats misant sur la collaboration avec les communautés autochtones**

Transmettre les récits autochtones et faire connaître davantage des personnes, des lieux et des événements de l'histoire autochtone serait impossible sans établir des liens avec les communautés d'où proviennent les biens culturels, les récits relatés et les histoires évoquées. Reconnaisant le droit des peuples autochtones de contrôler et de protéger leur patrimoine culturel, le MCH continue de nouer des liens avec des communautés autochtones à l'échelle locale et ailleurs au pays.

#### **Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Renforcer les relations avec les centres culturels et les musées autochtones
- Poursuivre les efforts axés sur l'archéologie côtière, en coopération avec des partenaires autochtones et locaux clés
- Continuer de collaborer avec des communautés autochtones à l'exposition **Récits autochtones au-delà des frontières**, qui explore une période de 400 ans marquée par les traversées outre-mer d'Autochtones en tant que diplomates, acteurs, actrices, artistes, intellectuels, intellectuelles et militaires
- Dans la foulée du renouvellement des galeries permanentes du MCG, amorcer des consultations avec des communautés autochtones pour améliorer le contenu autochtone dans les initiatives de recherche, les expositions, les activités de collection et les programmes
- Promouvoir davantage le jour du Souvenir des Autochtones (le 8 novembre) par une programmation publique et la participation communautaire

### c) Renouveler le programme de stages destinés aux Autochtones

Depuis 1993, les participants des Premières Nations, métis et inuits au Programme de stages destinés aux Autochtones ont la possibilité d'obtenir une formation professionnelle et technique dans divers aspects du travail muséal. Les diplômés de ce programme ont décroché divers postes dans les secteurs muséal et culturel. Il existe des occasions de renforcer des capacités et de bâtir des réseaux. La redéfinition du programme sera centrée sur l'augmentation de telles occasions ainsi que l'appui aux jeunes, aux communautés nordiques et aux centres culturels.

#### Points saillants des activités pour 2020-2021

- Passer en revue le programme existant
- Créer un réseau d'anciens stagiaires
- Faire participer les anciens stagiaires aux projets et aux consultations du Musée

## Orientation stratégique 4 : Bâtir et faire découvrir une collection qui reflète bien l'histoire et le caractère distinctif du Canada

### Indicateurs et cibles

La Société supervise cette orientation stratégique au moyen du rapport trimestriel du PDG au conseil d'administration.

### Activités clés et priorités

Le MCH poursuivra trois priorités de haut niveau à l'appui de cette orientation stratégique :

#### a) Rechercher activement des acquisitions d'importance nationale

Le plan de développement des collections énonce une vision cohérente de la Société afin de guider le développement et le perfectionnement des collections au MCH et au MCG de 2016 à 2026. Il établit les priorités pour le développement de nouvelles collections, tout en enrichissant la collection actuelle et en renforçant le mandat national des deux Musées. Les conservateurs et les spécialistes des collections entreprennent, dans le cadre de leurs fonctions courantes, des recherches sur les ajouts éventuels à la collection et travaillent afin d'établir et de maintenir des relations fructueuses avec les donateurs éventuels. Les acquisitions peuvent se faire de diverses manières (achat, don, legs, transfert ou travail de terrain). Il est essentiel de procéder soigneusement à la sélection et d'évaluer les acquisitions potentielles par rapport au mandat et aux ressources des Musées

#### Points saillants des activités pour 2020-2021

- Entretenir les liens créés avec les collectionneurs et les donateurs potentiels
- Réagir de façon proactive aux occasions offertes d'acquérir des artefacts et des collections d'importance nationale
- Axer les acquisitions stratégiques sur les artefacts liés aux priorités énoncées dans la *stratégie de recherche* du MCH

#### b) Améliorer la collection d'après 1867, notamment en documentant les événements récents

#### Points saillants des activités pour 2020-2021

- Poursuivre les principaux projets d'histoire orale
- Documenter de façon proactive des événements actuels en train de définir la société canadienne
- Mettre l'accent, en matière de conservation, sur le Canada contemporain et l'histoire internationale sous l'angle canadien



- Continuer activement d'acquérir des Croix de Victoria canadiennes des Première et Seconde Guerres mondiales pour enrichir les galeries permanentes du MCG
- Acquérir des artefacts qui raconteront des récits associés au thème de *la guerre et la technologie* et qui pourront être présentés dans la galerie LeBreton
- Acquérir des artefacts reliés à la participation du Canada à la guerre en Afghanistan

**c) Faire découvrir la collection à plus de Canadiens, au moyen des prêts et par une numérisation continue**

Les collections muséales sont une source inestimable de renseignements pour les chercheurs, les groupes scolaires, les journalistes et le public en général; ils permettent de mieux saisir la complexité de l'expérience canadienne. Les soins accordés à la conservation, à l'entreposage et à la sécurité s'allient au souci de veiller à ce que les collections demeurent accessibles. Les Musées travaillent à faire connaître leurs collections par des activités scientifiques et des programmes destinés au grand public, des prêts et les nouvelles technologies. Les acquisitions de prestige sont annoncées au moyen de communiqués et dans les sites Web (p. ex. blogues), ou encore lors d'expositions.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Poursuivre la numérisation de collections clés, y compris la collection audiovisuelle du MCH, la collection autochtone et les collections de cartes et d'albums de guerre du MCG (en attendant d'obtenir des fonds)
- Rechercher des occasions de partager des artefacts avec des membres du Réseau des musées d'histoire
- Développer des outils apportant au public des options de recherche améliorées dans la collection du MCG, entre autres des bases de données consultables sur les militaires qui ont pris part à la Première Guerre mondiale

**Orientation stratégique 5 : Par une diplomatie active, poursuivre, aux échelles nationale et internationale, des projets mutuellement avantageux et propices à l'échange d'idées et de valeurs**

**Indicateurs et cibles**

La Société mesurera la réalisation de l'orientation stratégique 5 au moyen des deux indicateurs suivants :

1. Le **nombre de partenariats ou de projets de collaboration amorcés** mesure les partenariats ou les collaborations qui voient le jour grâce à la signature d'un accord de partenariat ou d'un protocole d'entente.

Indicateur de mesure du rendement	2018-2019	2019-2020	2020-2021
	Réel	Cible annuelle	Cible annuelle
<b>Nombre de partenariats ou de projets de collaboration amorcés</b>			
<b>MCH</b>	43	27	35
<b>MCG</b>	35	12	16
<b>Total</b>	78	39	51

*La cible fixée pour les partenariats a été haussée en 2020-2021 à la lumière des résultats obtenus à ce jour pour les exercices 2018-2019 et 2019-2020.*

2. Le **nombre de projets lancés par l'intermédiaire du Réseau des musées d'histoire** mesure le nombre de projets amorcés grâce à ce réseau. Les projets peuvent inclure des partenariats dans des domaines comme les expositions, la recherche, les programmes et les collections.

Indicateur de mesure du rendement	2018-2019 Réel	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle
<b>Nombre de projets lancés par l'intermédiaire du Réseau des musées d'histoire</b>	9	10	10

### **Activités clés et priorités**

Le MCH poursuivra trois priorités de haut niveau à l'appui de cette orientation stratégique :

**a) Établir des partenariats internationaux qui permettent de faire connaître l'histoire du Canada dans le monde et de présenter l'histoire du monde aux Canadiens**

Les Musées tissent des liens avec d'importants musées partout dans le monde, afin de dégager des initiatives d'intérêt mutuel qui aideront à transmettre aux publics canadiens les connaissances, les collections et les récits de l'histoire et des cultures du monde. Par ailleurs, les partenariats internationaux peuvent se traduire par des occasions de faire connaître l'histoire canadienne ainsi que l'expertise du Musée à l'étranger, en plus d'appuyer les efforts que déploie le gouvernement du Canada sur la scène mondiale.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- L'exposition **Reines d'Égypte**, réalisée en partenariat avec Pointe-à-Callière, la cité d'archéologie et d'histoire de Montréal, et le Musée égyptologique de Turin, explore le statut et les rôles des souveraines dans l'essor du nouveau royaume de la civilisation de l'Égypte ancienne, s'attardant plus particulièrement aux reines les plus célèbres comme Nefertiti, Nefertiti et Hatchepsout.
- Faire avancer les projets d'exposition amorcés avec des partenaires internationaux
- Participer à la Foire du livre de Francfort 2020
- Établir des partenariats avec la Ville d'Ortona et l'ambassade canadienne en Italie pour contribuer au réaménagement du musée local consacré à la participation des Canadiens à la Campagne d'Italie durant la Seconde Guerre mondiale
- Collaborer avec la Maison Anne Frank, à Amsterdam, pour présenter l'exposition **Anne Frank – Une histoire d'aujourd'hui** au MCG

**b) Renforcer les relations culturelles et muséologiques avec des institutions qui ont une vocation similaire**

Les Musées cherchent toujours à établir des partenariats avec des institutions et organismes de même optique pour la tenue d'événements dans leurs édifices ou à l'extérieur. Ces partenariats augmentent la visibilité des Musées et attirent des publics nouveaux et diversifiés. De plus, le MCH dirige le Réseau des musées d'histoire, un réseau national qui fait la promotion d'une meilleure connaissance de l'identité, de l'histoire, des arts et de la culture du Canada dans l'ensemble du pays et à l'étranger, et qui favorise les partenariats dans les domaines des collections et des expositions, de la recherche et de la programmation et de l'accès aux ressources et aux installations.

**Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Mettre à profit de partenariats existants avec divers organismes, dont le ministère du Patrimoine canadien, Histoire Canada, Historica Canada, le Centre Pearson pour des politiques progressistes, l'Institut Macdonald-Laurier, la série d'échanges Walrus Talks, Affaires mondiales Canada, les Forces armées canadiennes, le ministère de la Défense nationale et le ministère des Anciens Combattants du Canada

- Prendre part à des événements spéciaux et à des partenariats pour développer et améliorer les relations avec les communautés et organismes autochtones tels que le Ralliement national des Métis, le ministère des Relations Couronne-Autochtones et les organisateurs de la Journée nationale de la vérité et de la réconciliation
- Poursuivre la recherche de nouveaux partenariats

### c) Tirer parti des occasions de travailler avec la communauté diplomatique

Les Musées ont développé une expertise en diplomatie culturelle qui est sollicitée par de nombreux partenaires. Tous deux sont des instruments clés en matière de diplomatie, offrant des lieux exceptionnels pour la tenue de diverses fonctions officielles ou diplomatiques.

#### Points saillants des activités pour 2020-2021

- Établir des relations avec des ambassades et des communautés culturelles en vue de la réalisation de projets en collaboration, dont l'organisation d'expositions
- S'associer à l'ambassade du Royaume des Pays-Bas, ainsi qu'aux ambassades et consulats canadiens en Europe dans le contexte du 75<sup>e</sup> anniversaire de la fin de la Seconde Guerre mondiale
- Être l'hôte d'événements importants de concert avec des ambassades et des communautés culturelles
- Développer et améliorer les relations avec le milieu de la diplomatie et les ambassades au Canada et à l'étranger en misant sur les visites de personnalités de marque, les événements protocolaires et les partenariats

## Orientation stratégique 6 : Assurer la viabilité et encourager une gestion responsable, tout en favorisant une culture d'excellence et des compétences en muséologie

### Indicateurs et cibles

La Société mesurera la réalisation de l'orientation stratégique 6 au moyen des deux indicateurs suivants :

1. **La valeur des activités de financement** mesure toutes les sommes recueillies sous forme de dons annuels et de dons majeurs pour soutenir l'atteinte des grandes priorités de la Société.

Indicateur de mesure du rendement	2018-2019	2019-2020	2020-2021
	Réel	Cible annuelle	Cible annuelle
<b>Valeur des activités de financement (en milliers de dollars)</b>			
<b>MCH et MCG</b>	2 405	2 275	3 020

*Les cibles de financement ont été haussées pour 2020-2021 afin de refléter une collecte de fonds exceptionnelle pour soutenir le renouvellement du Musée canadien des enfants.*

2. **La valeur des activités génératrices de recettes** mesure toutes les sommes recueillies grâce aux activités des Musées, y compris les entrées, les recettes tirées des ventes dans les boutiques et aux comptoirs alimentaires, de la location d'installations, des frais de stationnement.

Indicateur de mesure du rendement	2018-2019 Réel	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle
<b>Valeur de toutes les activités génératrices de recettes (en milliers de dollars)</b>			
<b>MCH et MCG</b>	17 862	16 210	18 025

*Les cibles fixées pour la production de recettes ont été haussées pour refléter une l'augmentation prévue des entrées et de la fréquentation globale en 2020-2021.*

### **Activités clés et priorités**

Le MCH poursuivra trois priorités de haut niveau à l'appui de cette orientation stratégique :

#### **a) Continuer d'élaborer des stratégies novatrices et responsables pour générer des recettes, y compris la collecte de fonds**

Environ 75 % du financement des Musées provient de crédits annuels du gouvernement du Canada; les 25 % restants sont des revenus de provenance non gouvernementale. Les recettes commerciales, qui incluent les droits d'entrée, les frais de stationnement, les locations de salles, les ventes des boutiques et des comptoirs d'aliments ainsi que les frais d'adhésion des membres, sont essentielles à la réalisation des priorités opérationnelles et à la viabilité des Musées. La Société a préparé une feuille de route stratégique triennale en matière de financement qui est axée sur trois volets : le renouvellement du Musée canadien des enfants, la poursuite d'initiatives liées à la salle de l'Histoire canadienne et le 75<sup>e</sup> anniversaire de la Seconde Guerre mondiale. Le financement de ces volets stratégiques se fera grâce aux dons majeurs et aux dons annuels. La Société est aussi en train de renforcer ses activités de gérance pour tous les niveaux de financement par des dons, et elle encourage l'édification de relations à long terme entre les Musées et les personnes qui les soutiennent.

#### **Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Repérer des occasions de développement de produits et de création de partenariats qui diversifieront l'offre des Musées et accroîtront les recettes
- Se doter de stratégies de renouvellement et créer des possibilités de participation pour augmenter le nombre de membres et les recettes directes et indirectes en découlant
- Adopter une approche plus proactive pour les locations d'installations afin de conserver la part acquise dans un marché de plus en plus concurrentiel pour l'accueil d'évènements
- Continuer d'ouvrir des débouchés du côté des activités commerciales et du développement des affaires
- Lancer une campagne de financement pour le renouvellement du Musée des enfants
- Élargir le programme des dons annuels pour y inclure des stratégies nouvelles, entre autres le télémarketing et les campagnes dans les médias sociaux, pour accroître le bassin de donateurs
- Continuer de travailler avec le ministère du Patrimoine canadien à une solution à long terme pour composer avec l'escalade des coûts non discrétionnaires et le besoin de faire avancer des projets d'immobilisations majeurs

#### **b) Mettre en œuvre des stratégies pour assurer la continuité du leadership et le maintien de la capacité muséologique**

Comme le personnel professionnel dans certains domaines essentiels des Musées ainsi que des membres clés de la direction sont près de leur retraite, il est crucial que la Société déploie des stratégies de formation de la relève et de renforcement des capacités efficaces.

### **Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Valider la grille d'évaluation du plan de relève et créer des plans de perfectionnement professionnel pour les dirigeants et employés prometteurs afin de guider ceux-ci dans leur cheminement de carrière et de les amener à développer leurs compétences en gestion des ressources humaines et financières
- Bâtir une stratégie de perfectionnement à long terme qui soit axée sur les connaissances et les compétences requises pour assurer la réussite future

### **c) Moderniser nos pratiques, nos systèmes et nos bâtiments afin de rester à jour et de maintenir notre compétitivité**

Tandis que le MCH et le MCG vieillissent, les coûts des réparations deviennent critiques, d'autant plus que les risques de défaillances des systèmes augmentent. De plus, bon nombre des systèmes mis en place doivent être remplacés.

### **Points saillants des activités pour 2020-2021**

- Faire aboutir des projets d'immobilisations prévus pour moderniser des systèmes opérationnels clés des installations, contrer le vieillissement de l'infrastructure et répondre de façon prioritaire aux besoins en santé et sécurité
- Actualiser les principaux systèmes TI opérationnels, y compris le système de gestion des collections ainsi que les systèmes de gestion des ressources financières et humaines
- Mettre à jour l'infrastructure et les systèmes TI tout en renforçant la position de la Société au chapitre de la cybersécurité, et en gérant les risques et les questions relatives à la vie privée en fonction des priorités, et ce, dans tous les projets liés aux TI
- Renforcer et moderniser l'infrastructure de sécurité physique de même que les pratiques et systèmes connexes dans les deux Musées
- Automatiser l'outil de gestion des congés des employés
- Examiner et mettre à jour les procédés et politiques internes pour les rendre plus efficaces

## 4. États financiers de 2020-2021 à 2024-2025

### ÉTAT DES RÉSULTATS PRO FORMA POUR LES EXERCICES TERMINÉS LE 31 MARS 2019 À 2025

(milliers de dollars)	2018-19 Réal	2019-20 Prévision	2020-21 Projection	2021-22 Projection	2022-23 Projection	2023-24 Projection	2024-25 Projection
<b>Financement gouvernemental</b>							
Crédit parlementaire - MCH	70 873	70 584	70 584	70 584	70 584	70 584	70 584
Plus: Budget 2016							
Crédit parl. - Financement pour immot	5 375	5 046	1 604	0	0	0	0
Prévision du financement à recevoir:							
Conventions collectives	0	0	1 846	2 559	3 259	3 959	4 659
Montant reporté pour des projets particuliers	(11 383)	(6 603)	(3 350)	(3 180)	(3 000)	(2 820)	(2 630)
Crédits parlementaires reportés utilisés durant l'année	1 642	4 582	8 385	6 717	6 089	4 625	2 492
Montant utilisé pour l'acquisition d'immobilisations corporelles	(2 893)	(6 860)	(10 289)	(10 017)	(6 389)	(4 925)	(2 792)
Amortissement du financement reporté pour les immobilisations	17 415	17 632	17 479	17 680	17 644	17 289	17 030
	<b>81 029</b>	<b>84 381</b>	<b>86 259</b>	<b>84 343</b>	<b>88 187</b>	<b>88 712</b>	<b>89 343</b>
<b>Revenus de la Société</b>							
Droits d'entrée et programmes	7 518	7 090	8 360	8 480	8 740	8 740	8 740
Location d'installations, événements et concessions	2 860	2 847	2 820	2 840	2 870	2 870	2 870
Ventes - Boutiques	2 199	2 074	2 100	2 140	2 210	2 210	2 210
Stationnement	2 117	1 969	1 910	1 970	2 030	2 030	2 030
Produits de placements nets	1 812	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
Expositions itinérantes	575	399	390	390	390	390	390
Adhésions	612	500	480	480	525	525	525
Autres	169	171	165	165	165	165	165
<b>Sous-total</b>	<b>17 862</b>	<b>16 850</b>	<b>18 025</b>	<b>18 265</b>	<b>18 730</b>	<b>18 730</b>	<b>18 730</b>
Dons - Fonds de la collection nationale	169	60	200	200	200	200	200
Dons - Projet d'histoire et du MCE	1 059	1 415	520	3 620	300	300	300
Autres dons et commandites	2 167	1 284	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
	<b>21 257</b>	<b>19 609</b>	<b>19 745</b>	<b>23 085</b>	<b>20 230</b>	<b>20 230</b>	<b>20 230</b>
<b>Dépenses</b>							
Collection et recherche	14 385	12 477	12 958	13 195	13 418	13 632	13 848
Expositions, éducation et communication	28 632	32 028	32 575	33 663	34 654	34 798	34 941
Locaux	38 236	39 402	39 787	40 200	40 340	40 295	40 365
Gestion de la Société	19 113	20 125	20 726	21 012	21 247	21 459	21 661
	<b>100 366</b>	<b>104 032</b>	<b>106 046</b>	<b>108 070</b>	<b>109 659</b>	<b>110 184</b>	<b>110 815</b>
<b>Résultat net excédentaire</b>	<b>1 920</b>	<b>(42)</b>	<b>(42)</b>	<b>(642)</b>	<b>(1 242)</b>	<b>(1 242)</b>	<b>(1 242)</b>

**Note:** Préparé en utilisant les normes comptables du secteur public canadien.

Le déficit prévu pour les années financières 2019-20 et suivantes découle de l'utilisation des actifs nets pour le renouvellement des salles d'exposition permanentes.

**ÉTAT PRO FORMA DES FLUX DE TRÉSORERIE  
POUR LES EXERCICES TERMINÉS LE 31 MARS**

(milliers de dollars)	2018-19 Réal	2019-20 Prévision	2020-21 Projection	2021-22 Projection	2022-23 Projection	2023-24 Projection	2024-25 Projection
<b>ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT</b>							
Encaissements (clients)	21 347	14 526	16 475	16 465	16 930	16 930	16 930
Encaissements (crédit parlementaire)	63 045	68 084	69 930	70 643	71 343	72 043	72 743
Décaissements (personnel)	(39 792)	(38 724)	(39 795)	(40 298)	(40 938)	(41 288)	(41 288)
Décaissements (fournisseurs)	(47 431)	(44 751)	(49 598)	(47 704)	(45 846)	(47 340)	(49 743)
Apports affectés et revenus de placement connexes	2 334	2 275	3 020	4 375	2 750	2 400	2 400
Intérêts reçus	1 812	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
<b>Flux de trésorerie net provenant des activités de fonctionnement</b>	<b>1 315</b>	<b>3 210</b>	<b>1 832</b>	<b>5 281</b>	<b>6 039</b>	<b>4 545</b>	<b>2 842</b>
<b>ACTIVITÉS DE PLACEMENT</b>							
Remboursement du capital des placements	3	0	0	0	0	0	0
Augmentation des placements et des placements affectés	(9 893)	(22 000)	(9 147)	(8 440)	(11 884)	(16 892)	(13 199)
Diminution des placements et des placements affectés	5 558	12 572	15 492	11 340	9 968	15 392	12 699
<b>Flux de trésorerie net provenant des activités de placement</b>	<b>(4 332)</b>	<b>(9 428)</b>	<b>6 345</b>	<b>2 900</b>	<b>(1 916)</b>	<b>(1 500)</b>	<b>(500)</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS</b>							
Acquisition d'immobilisations	(6 903)	(6 860)	(10 289)	(10 017)	(6 389)	(4 925)	(2 792)
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>							
Crédit parlementaire pour l'acquisition d'immobilisations	13 311	7 546	4 104	2 500	2 500	2 500	2 500
<b>Augmentation (diminution) de la trésorerie et encaisse affectée</b>	<b>3 391</b>	<b>(5 532)</b>	<b>1 992</b>	<b>664</b>	<b>234</b>	<b>620</b>	<b>2 050</b>
<b>Trésorerie et trésorerie affectée, début de l'exercice:</b>							
Trésorerie	9 376	12 277	7 533	8 225	9 334	8 818	8 818
Trésorerie affecté	1 821	2 311	1 523	2 823	2 378	3 128	3 128
	<b>11 197</b>	<b>14 588</b>	<b>9 056</b>	<b>11 048</b>	<b>11 712</b>	<b>11 946</b>	<b>11 946</b>
<b>Trésorerie et trésorerie affectée, à la fin de l'exercice:</b>							
Trésorerie	12 277	7 533	8 225	9 334	8 818	9 038	10 068
Trésorerie affecté	2 311	1 523	2 823	2 378	3 128	3 528	3 928
	<b>14 588</b>	<b>9 056</b>	<b>11 048</b>	<b>11 712</b>	<b>11 946</b>	<b>12 566</b>	<b>13 996</b>

*Note: Préparé en utilisant les normes comptables du secteur public canadien*

**ÉTAT PRO FORMA DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET  
POUR LES EXERCICES TERMINÉS LE 31 MARS**

(milliers de dollars)	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
	Réal	Prévision	Projection	Projection	Projection	Projection	Projection
<b>Non affecté</b>							
Actif net, début de l'exercice	10 813	12 800	12 800	12 800	12 800	12 800	12 800
Résultat net excédentaire	1 987	0	0	0	0	0	0
Transfert à l'actif affecté pour le renouvellement des expositions permanentes	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	<b>12 800</b>	<b>12 800</b>	<b>12 800</b>	<b>12 800</b>	<b>12 800</b>	<b>12 800</b>	<b>12 800</b>
<b>Affecté pour le renouvellement des expositions permanentes</b>							
Actif net, début de l'exercice	14 958	14 891	14 849	14 807	14 165	12 923	11 681
Résultat net excédentaire	( 67)	( 42)	( 42)	( 642)	(1 242)	(1 242)	(1 242)
Transfert d'actif non affecté	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	<b>14 891</b>	<b>14 849</b>	<b>14 807</b>	<b>14 165</b>	<b>12 923</b>	<b>11 681</b>	<b>10 439</b>
<b>Investissement en actif immobilisé</b>							
Actif net, début de l'exercice	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868
Résultat net excédentaire	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	<b>40 868</b>	<b>40 868</b>	<b>40 868</b>	<b>40 868</b>	<b>40 868</b>	<b>40 868</b>	<b>40 868</b>

**Note:** Préparé en utilisant les normes comptables du secteur public canadien



**SOMMAIRE DES BUDGETS DE FONCTIONNEMENT ET D'IMMOBILISATIONS  
POUR LES EXERCICES TERMINÉS LE 31 MARS 2019 à 2025**

<b>(milliers de dollars)</b>	<b>2018-19 Budget</b>	<b>2019-20 Budget</b>	<b>2020-21 Budget</b>	<b>2021-22 Budget</b>	<b>2022-23 Budget</b>	<b>2023-24 Budget</b>	<b>2024-25 Budget</b>
Fonctionnement	89 456	86 358	88 525	89 748	90 773	91 653	92 543
Immobilisations	6 288	8 471	16 718	12 888	6 389	4 925	2 792
<b>Total partiel</b>	<b>95 744</b>	<b>94 829</b>	<b>105 243</b>	<b>102 636</b>	<b>97 162</b>	<b>96 578</b>	<b>95 335</b>
<b>Moins: revenus</b>	<b>20 619</b>	<b>19 609</b>	<b>19 745</b>	<b>23 085</b>	<b>20 230</b>	<b>20 230</b>	<b>20 230</b>
<b>actifs nets affectés</b>	<b>928</b>	<b>1 611</b>	<b>6 429</b>	<b>2 871</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>financement reporté</b>	<b>(2 205)</b>	<b>(2 021)</b>	<b>5 035</b>	<b>3 537</b>	<b>3 089</b>	<b>1 805</b>	<b>( 138)</b>
<b>Budget total requis</b>	<b>76 402</b>	<b>75 630</b>	<b>74 034</b>	<b>73 143</b>	<b>73 843</b>	<b>74 543</b>	<b>75 243</b>

*Note: Préparé en utilisant la méthode de la comptabilité de la trésorerie*

**BUDGETS DE FONCTIONNEMENT ET D'IMMOBILISATIONS PAR RESPONSABILITÉ  
POUR LES EXERCICES TERMINÉS LE 31 MARS 2019 à 2025**

<b>(milliers de dollars)</b>	<b>2018-19 Budget</b>	<b>2019-20 Budget</b>	<b>2020-21 Budget</b>	<b>2021-22 Budget</b>	<b>2022-23 Budget</b>	<b>2023-24 Budget</b>	<b>2024-25 Budget</b>
Collection et recherche	14 241	12 477	12 958	13 195	13 418	13 632	13 848
Expositions, éducation et communication	30 080	30 090	35 521	35 311	29 697	29 889	30 079
Installations	31 848	32 137	36 038	33 118	32 800	31 598	29 747
Gestion de la Société	19 575	20 125	20 726	21 012	21 247	21 459	21 661
<b>Total partiel</b>	<b>95 744</b>	<b>94 829</b>	<b>105 243</b>	<b>102 636</b>	<b>97 162</b>	<b>96 578</b>	<b>95 335</b>
<b>Moins: revenus</b>	<b>20 619</b>	<b>19 609</b>	<b>19 745</b>	<b>23 085</b>	<b>20 230</b>	<b>20 230</b>	<b>20 230</b>
<b>actifs nets affectés</b>	<b>928</b>	<b>1 611</b>	<b>6 429</b>	<b>2 871</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>financement reporté</b>	<b>(2 205)</b>	<b>(2 021)</b>	<b>5 035</b>	<b>3 537</b>	<b>3 089</b>	<b>1 805</b>	<b>( 138)</b>
<b>Budget total requis</b>	<b>76 402</b>	<b>75 630</b>	<b>74 034</b>	<b>73 143</b>	<b>73 843</b>	<b>74 543</b>	<b>75 243</b>

*Note: Préparé en utilisant la méthode de la comptabilité de la trésorerie*

*\* Suppose une augmentation de 3 % pour les coûts non-discrétionnaires*

**BUDGET DE FONCTIONNEMENT ET D'IMMOBILISATIONS AU NIVEAU DES SOUS-ACTIVITÉ  
DE RESPONSABILITÉS ESSENTIELLES**

<b>(milliers de dollars)</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>	<b>2022-23</b>	<b>2023-24</b>	<b>2024-25</b>
	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget</b>
<b>COLLECTION ET RECHERCHE</b>							
<b>Collections</b>							
Musée canadien de l'histoire	2 258	2 639	2 708	2 755	2 801	2 846	2 890
Musée canadien de la guerre	3 772	1 957	1 982	2 012	2 041	2 067	2 094
	6 030	4 596	4 690	4 767	4 842	4 913	4 984
<b>Recherche</b>							
Musée canadien de l'histoire	4 494	4 421	4 635	4 724	4 806	4 885	4 966
Musée canadien de la guerre	960	672	711	726	741	755	770
	5 454	5 093	5 346	5 450	5 547	5 640	5 736
<b>Bibliothèque et Archives</b>							
Musée canadien de l'histoire	2 388	2 502	2 623	2 673	2 719	2 765	2 809
Musée canadien de la guerre	369	286	299	305	310	314	319
	2 757	2 788	2 922	2 978	3 029	3 079	3 128
	<b>14 241</b>	<b>12 477</b>	<b>12 958</b>	<b>13 195</b>	<b>13 418</b>	<b>13 632</b>	<b>13 848</b>
<b>EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION</b>							
<b>Expositions</b>							
Musée canadien de l'histoire	12 360	11 597	11 821	11 942	12 025	12 077	12 129
Musée canadien de la guerre	3 303	3 289	3 305	3 342	3 363	3 381	3 395
	15 663	14 886	15 126	15 284	15 388	15 458	15 524
<b>Programmes</b>							
Musée canadien de l'histoire	5 237	5 408	5 521	5 584	5 632	5 669	5 702
Musée canadien de la guerre	974	943	974	988	1 000	1 010	1 021
	6 211	6 351	6 495	6 572	6 632	6 679	6 723
<b>Publications</b>							
Musée canadien de l'histoire	278	263	269	272	275	276	278
Musée canadien de la guerre	129	143	143	146	147	146	146
	407	406	412	418	422	422	424
<b>Communications</b>							
Musée canadien de l'histoire	4 811	4 784	4 828	4 900	4 961	5 011	5 064
Musée canadien de la guerre	1 876	2 052	2 231	2 266	2 294	2 319	2 344
	6 687	6 836	7 059	7 166	7 255	7 330	7 408
<b>Projets immobiliers</b>							
Musée canadien de l'histoire	1 112	1 611	6 429	5 871	0	0	0
Musée canadien de la guerre	0	0	0	0	0	0	0
	1 112	1 611	6 429	5 871	0	0	0
	<b>30 080</b>	<b>30 090</b>	<b>35 521</b>	<b>35 311</b>	<b>29 697</b>	<b>29 889</b>	<b>30 079</b>
<b>GESTION DE LA SOCIÉTÉ</b>							
<b>Activités générant des revenus</b>							
Musée canadien de l'histoire	5 525	5 709	5 766	5 834	5 889	5 934	5 974
Musée canadien de la guerre	1 473	1 419	1 517	1 531	1 542	1 546	1 555
	6 998	7 128	7 283	7 365	7 431	7 480	7 529
<b>Services à la société</b>							
Musée canadien de l'histoire	7 734	8 065	8 331	8 458	8 553	8 651	8 741
Musée canadien de la guerre	2 292	2 374	2 457	2 494	2 527	2 558	2 588
	10 026	10 439	10 788	10 952	11 080	11 209	11 329
<b>Gouvernance</b>							
Musée canadien de l'histoire	1 910	1 915	1 987	2 018	2 050	2 074	2 102
Musée canadien de la guerre	641	643	668	677	686	696	701
	2 551	2 558	2 655	2 695	2 736	2 770	2 803
	<b>19 575</b>	<b>20 125</b>	<b>20 726</b>	<b>21 012</b>	<b>21 247</b>	<b>21 459</b>	<b>21 661</b>
<b>INSTALLATIONS</b>							
<b>Gestion immobilière</b>							
Musée canadien de l'histoire	20 582	19 195	19 564	19 841	20 080	20 284	20 507
Musée canadien de la guerre	6 090	6 082	6 185	6 260	6 331	6 389	6 448
	26 672	25 277	25 749	26 101	26 411	26 673	26 955
<b>Projets immobiliers</b>							
Musée canadien de l'histoire	4 540	6 137	9 789	6 517	5 889	4 425	2 292
Musée canadien de la guerre	636	723	500	500	500	500	500
	5 176	6 860	10 289	7 017	6 389	4 925	2 792
	<b>31 848</b>	<b>32 137</b>	<b>36 038</b>	<b>33 118</b>	<b>32 800</b>	<b>31 598</b>	<b>29 747</b>
<b>Total Musée canadien de l'histoire</b>	<b>72 117</b>	<b>72 635</b>	<b>77 842</b>	<b>75 518</b>	<b>75 680</b>	<b>74 897</b>	<b>73 454</b>
<b>Total Musée canadien de la guerre</b>	<b>22 515</b>	<b>20 583</b>	<b>20 972</b>	<b>21 247</b>	<b>21 482</b>	<b>21 681</b>	<b>21 881</b>
<b>Grand Total</b>	<b>95 744</b>	<b>94 829</b>	<b>105 243</b>	<b>102 636</b>	<b>97 162</b>	<b>96 578</b>	<b>95 335</b>

*Note: Préparé en utilisant la méthode de la comptabilité de la trésorerie*

## Annexe : Répercussions de la pandémie de la COVID-19

---

Cette annexe donne une vue d'ensemble des répercussions de la pandémie de la COVID-19 sur les opérations et les activités du Musée canadien de l'histoire, telles que perçues durant la période d'avril à août 2020.

### Répercussions sur les activités

Le 11 mars 2020, l'Organisation mondiale de la Santé a déclaré que le nouveau coronavirus (COVID-19) entraînait une pandémie mondiale. Conformément aux recommandations de santé publique émises, et à l'instar d'autres musées nationaux, la Société a pris la décision de fermer ses deux sites aux visiteurs le 14 mars. Dès le 18 mars, l'accès aux bâtiments a été restreint au personnel essentiel qui était responsable des opérations cruciales des bâtiments, et tous les autres employés ont commencé à faire du télétravail.

Les deux Musées sont restés entièrement fermés jusqu'au 23 juillet, date du lancement d'une offre estivale limitée. Une réouverture plus complète des Musées a eu lieu le 2 septembre. Le Musée canadien des enfants est resté fermé. De nombreux éléments interactifs, où l'expérience repose fortement sur des fonctions tactiles, ont été temporairement fermés, tandis que d'autres ont été adaptés pour garantir une expérience sécuritaire.

Les Musées ont rapidement réagi à l'annonce des fermetures en augmentant les offres numériques, alors que les lieux physiques étaient inaccessibles. À la mi-avril, les Musées ont lancé *Musée à la maison*, un portail sur les sites Web du MCH et du MCG menant directement les visiteurs vers une sélection d'expositions virtuelles, de jeux et de ressources pédagogiques.

Les modifications suivantes ont été apportées aux expositions prévues pour 2020-2021 :

- L'inauguration de **Reines d'Égypte**, qui devait avoir lieu en mai 2020, a été reportée au printemps 2021;
- L'inauguration de **Vies transformées – Récits de la Seconde Guerre mondiale**, qui devait avoir lieu en mai 2020, a été reportée à décembre 2020;
- L'exposition **Le Canada en guerre contre le Japon**, dont l'ouverture était prévue en juin 2020, a été adaptée à un format en ligne et lancée au mois d'août;
- L'exposition **Anne Frank – Une histoire d'aujourd'hui**, dont l'ouverture était prévue en avril 2020, a été reportée à l'hiver 2021;
- L'exposition **NON CÉDÉES – Terres en récit**, qui devait se terminer en septembre 2020, a été prolongée;
- L'inauguration de l'exposition **Les libertés civiles**, qui devait avoir lieu en octobre 2020, a été reportée à l'automne 2021;
- L'inauguration de l'exposition **Objets révélés – Trésors de BAC**, qui devait avoir lieu en novembre 2020, a été reportée;
- L'exposition **Very Eric Carle**, dont l'ouverture était prévue en janvier 2021, a été annulée;
- Une petite exposition mettant en valeur des objets de collection liés à Rick Hansen a été ajoutée à la programmation. Elle a été inaugurée en septembre 2020.

D'autres changements sont apportés aux points saillants des activités pour 2020-2021 que présente le plan d'entreprise, entre autres :

- Le renouvellement du Musée canadien des enfants a été reporté;
- Les événements, les cérémonies et les programmes prévus pour souligner le 75<sup>e</sup> anniversaire de la fin de la Seconde Guerre mondiale (8 mai) ont été annulés ou modifiés pour être offerts virtuellement;

- La préparation de nouvelles expositions itinérantes a été retardée, alors que les expositions itinérantes existantes ont été adaptées à la nouvelle réalité – sans compter que certaines réservations prévues ont été annulées, et que d'autres ont été prolongées ou reportées;
- Le lancement de la nouvelle marque et du site Web de Musées numériques Canada, prévu pour avril 2020, a été reporté au début de 2021;
- Bien que les projets de recherche en cours se poursuivent, les priorités de recherche se sont déplacées vers le développement de contenu en ligne et les modifications aux expositions permanentes. Les restrictions de voyage pourraient limiter l'avancement de certaines activités de recherche et freiner des partenariats de collaboration;
- Les dates de diffusion des catalogues d'exposition et d'autres publications ont été revues;
- Les efforts de renouvellement des galeries permanentes du MGC, y compris les consultations avec les communautés autochtones, ont été retardés;
- Un plan de développement des collections pour les 6 à 12 prochains mois, axé sur des projets approuvés hautement prioritaires, des thèmes autochtones et des enjeux contemporains, y compris en ce qui a trait à la COVID, a été élaboré;
- Les efforts de numérisation ont été priorisés pour soutenir les programmes en ligne, les médias sociaux et les expositions virtuelles;
- Les visites protocolaires et les événements spéciaux seront modifiés pour tenir compte des directives actuelles en matière de santé et de sécurité, sous la forme d'activités virtuelles ou hybrides, ou encore de prestations sur place, mais à plus petite échelle;
- De nombreuses locations d'installations et des partenariats de grande envergure ont été annulés;
- Le lancement de la campagne de financement pour le renouvellement du Musée canadien des enfants a été retardé. L'équipe du Développement concevra une approche qui stimulera les dons non affectés chez les donateurs, à tous les niveaux, pour permettre aux Musées d'orienter les contributions là où elles sont le plus nécessaires.

Tout au long de la période de fermeture, le personnel des Musées s'est activé à trouver des idées créatives pour maintenir l'engagement des membres, des donateurs et des commanditaires. Les Musées sont restés en contact avec le public par l'entremise de leurs canaux de médias sociaux, sur Facebook, Twitter et Instagram, partageant du contenu lié à la recherche, aux expositions, aux collections et aux initiatives spéciales.

### **Répercussions sur les services**

Les programmes scolaires sur place ne seront pas proposés, mais les groupes scolaires seront invités à visiter les Musées. Ceux-ci se verront offrir des visites autoguidées et des fiches d'activités. Ils devront respecter les exigences en matière de santé et de sécurité. Des activités virtuelles et d'autres programmes en ligne continueront d'être proposés sur le portail *Musée à la maison*.

Le Centre de ressources (MCH) et le Centre de recherche sur l'histoire militaire (MCG) seront ouverts uniquement sur rendez-vous.

Entre avril et août 2020, les comptes des médias sociaux des deux Musées ont connu une croissance constante du nombre d'abonnés ainsi qu'une participation accrue. Le nombre d'abonnés et les taux de participation devraient rester à peu près les mêmes qu'à l'heure actuelle.

Les boutiques des deux Musées seront ouvertes et des services de restauration limités seront offerts.

Bien que la capacité d'accueil limitée et les exigences relatives à la distanciation physique aient considérablement réduit les possibilités de location d'installations et de partenariat, des rassemblements et des réunions de moindre envergure restent envisageables, de même que la tenue d'événements virtuels et hybrides (combinant des volets sur place et virtuels).

## **Répercussions financières**

La Société anticipe une diminution de 15,2 millions de dollars de ses revenus d'exploitation et de placements par rapport au budget établi pour 2020-2021.

Le 18 juin 2020, l'honorable Steven Guilbeault, ministre du Patrimoine canadien, a annoncé un investissement d'urgence afin d'aider les musées nationaux à faire face aux conséquences de la pandémie. La Société se réjouit de ce nouveau financement de 4,3 millions de dollars, qui vient alléger les pressions financières subies pendant l'exercice en cours.