



CANADIAN
MUSEUM
OF HISTORY
-
MUSÉE
CANADIEN
DE L'HISTOIRE



CANADIAN
WAR
MUSEUM
-
MUSÉE
CANADIEN
DE LA GUERRE

RÉSUMÉ DU PLAN D'ENTREPRISE

MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE
DE 2014-2015 À 2018-2019

y compris

LES BUDGETS DE FONCTIONNEMENT ET DES
IMMOBILISATIONS ET LES ÉTATS FINANCIERS
PRO FORMA DE 2014-2015 À 2018-2019



MUSÉE
CANADIEN
DE L'HISTOIRE
-
CANADIAN
MUSEUM
OF HISTORY



MUSÉE
CANADIEN
DE L'HISTOIRE
-
CANADIAN
MUSEUM
OF HISTORY

TABLE DES MATIÈRES



MCG, Steven Darby CWM2012-0070-0018-Dm



MCH, Harry Foster IMG2008-0511-0037-Dm

Images de la couverture :
Gauche : MCH, IMG2011-0064-0007-Dm
Droite : MCG : IMG2012-0013-0036-Dm

1. RÉSUMÉ	2
<hr/>	
2. APERÇU DE LA SOCIÉTÉ	6
Lois applicables	6
Mandat	7
Architecture d'alignement de programme	9
Orientations stratégiques	9
Cadre de rapport	10
Cadre de gestion du risque	10
<hr/>	
3. ENJEUX STRATÉGIQUES	17
Analyse de l'environnement	18
Forces et faiblesses	20
Perspectives et embûches	22
Passage au Musée canadien de l'histoire	25
<hr/>	
4. CADRE DE REDDITION DES COMPTES ET RAPPORT SUR LA MESURE DU RENDEMENT	29
Aperçu	29
Orientation stratégique 1 - présenter les musées aux canadiens	31
Orientation stratégique 2 - excellence et pertinence muséologiques	37
Orientation stratégique 3 - se concentrer sur les résultats	43
Orientation stratégique 4 - financement et collecte de fonds	47
<hr/>	
5. ÉTATS FINANCIERS 2014-2015 À 2018-2019	50
État pro forma de la situation de fonds	50
État pro forma des opérations	52
État pro forma des flux de trésorerie	53
État pro forma de l'évolution de l'actif net	54
Sommaire des budgets de fonctionnement et d'immobilisations	55
Budgets de fonctionnement et d'immobilisations par activité	55
Budget de fonctionnement et d'immobilisations par sous-activité de programme	56

1. RÉSUMÉ



MCH, Frank Wimart
IMG2014-0127-0016-Dm

APERÇU

Le Musée canadien de l'histoire, connu auparavant sous le nom de Musée canadien des civilisations, est une société d'État constituée en vertu d'amendements corrélatifs à la *Loi sur les musées* et ayant reçu la sanction royale le 12 décembre 2013. Ces amendements ont modifié le nom et le mandat du Musée canadien des civilisations, lequel avait été constitué en vertu de la *Loi sur les musées* de 1990. La *Loi sur les musées* de 1990 stipulait également que le Musée canadien de la guerre est affilié au Musée canadien des civilisations. L'emploi des termes « les Musées » et « la Société » dans le présent document renvoie au Musée canadien de l'histoire en tant qu'entité constituée, et comprend le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre.

Situé dans la région de la capitale nationale, les Musées cherchent à accroître la connaissance du public et à faire connaître la riche histoire du Canada à l'échelle nationale et internationale. Cela se fait par des expositions et des programmes qui sont élaborés à l'interne et/ou en partenariat¹ avec d'autres institutions du Canada et de l'étranger. Les Musées rayonnent également par le truchement d'un important site Web éducatif qui comprend le Musée virtuel de la Nouvelle-France (MVNF). Conjointement, les deux Musées attirent plus de 1,6 million de visiteurs nationaux et internationaux chaque année.

¹ Dans le cadre de l'actuel Plan d'entreprise, les termes « partenariat » et « partenaire » font référence aux liens avec d'autres organisations ayant des buts similaires à ceux du Musée, tel que stipulé à l'article 9 (1) (i) de la *Loi sur les musées* : « établir et promouvoir des liens avec d'autres organismes à vocation analogue ».

INITIATIVE DU MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE

Le gouvernement du Canada a annoncé en 2012 son intention de recentrer, renommer et repositionner le Musée canadien des civilisations pour en faire le Musée canadien de l'histoire. La modification de nom étant maintenant complète, la Société s'active actuellement à mettre en œuvre cette importante transformation et procédera par étapes au cours des trois prochaines années. Le nouveau Musée canadien de l'histoire, qui sera le premier musée du Canada à être entièrement dédié à notre histoire nationale, sera prêt pour le 150^e anniversaire du Canada en 2017. La nouvelle **Salle de l'histoire canadienne**, qui sera divisée en trois zones chronologiques couvrant 12 000 ans d'histoire, aura une superficie de plus de 4 000 mètres carrés (44 000 pieds carrés) et couvrira deux étages entiers. Elle abritera les trésors nationaux du Canada ainsi que diverses expositions qui préserveront les souvenirs et les expériences de la population canadienne, exploreront les événements, les individus, les thèmes et les objets particuliers qui ont contribué à façonner le pays, des temps les plus anciens jusqu'à nos jours. Contiguë à la **Salle de l'histoire canadienne**, une nouvelle aire d'exposition sera réservée à la présentation d'expositions provenant d'un réseau de musées d'histoire de partout au pays. Ces nouvelles aires d'exposition compléteront la **Grande Galerie** et la **Salle des Premiers Peuples** qui présentent la remarquable histoire des Premiers Peuples du Canada et soulignent la richesse de leurs contributions actuelles.

Trois stratégies principales guideront la transformation : la recherche, les partenariats et la participation du public. La stratégie de recherche réclame l'expansion et le renforcement des collections d'artefacts et des efforts de conservation relativement aux thèmes historiques canadiens. La stratégie de partenariat contribuera à ériger de nouveaux ponts avec d'autres institutions culturelles, permettant aux Musées d'améliorer leur programmation et de rejoindre de nouveaux publics partout au pays. La stratégie de participation du public jette les bases d'une relation renforcée entre les Musées, le public canadien et des spécialistes réputés en histoire canadienne. La Société a également annoncé la mise en place d'une campagne de collecte de fonds de 5 millions de dollars pour compléter l'investissement non renouvelable de 25 millions de dollars du gouvernement du Canada.

La Société a lancé un projet majeur de participation du public en octobre 2012. Plus de 24 000 personnes ont participé à l'exercice et ont partagé leurs idées sur ce qu'ils pensent de l'histoire et ce qui est le plus important pour eux dans l'histoire canadienne. La Société a créé une structure de gouvernance et une équipe principale de projet qui fera appel à des spécialistes internes et externes en une série de groupes de travail. L'élaboration du contenu est bien engagée et la Société a récemment retenu les services d'une firme qui sera chargée du design de l'exposition. Lorsque ses stratégies et ses plans seront plus avancés, le Musée développera des mesures de rendement spécifiques qui lui permettront de faire le suivi et de préparer ses rapports trimestriels destinés au conseil d'administration, au Plan d'entreprise et au Rapport annuel.

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET PRIORITÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

Les activités de la Société s'inscrivent dans les quatre orientations stratégiques suivantes, qui ont été approuvées par son conseil d'administration en juin 2009. Le conseil d'administration procédera à un examen des orientations stratégiques de la Société pour s'assurer qu'elles demeurent pertinentes :

- Présenter les Musées aux Canadiens;
- Excellence et pertinence muséologiques;
- Se concentrer sur les résultats;
- Financement et collecte de fonds.

En se fondant sur ces grandes orientations et sur une analyse de l'environnement – incluant une analyse détaillée du rendement antérieur, des possibilités futures et des risques potentiels – la Société a établi les objectifs généraux suivants, qui forment la base du présent Plan d'entreprise :

- Terminer la transformation du Musée canadien des civilisations pour en faire le Musée canadien de l'histoire;
- Finaliser l'établissement des stratégies de recherche et de sensibilisation afin d'harmoniser le Musée avec sa vocation qu'est l'histoire du Canada;
- Continuer à s'efforcer d'accroître sa valeur et sa pertinence aux yeux des Canadiens;
- Maintenir la confiance du public dans la gestion des fonds publics et la gérance des trésors nationaux;
- Mettre en valeur et accroître les collections nationales;
- Apporter des réparations et des améliorations essentielles à ses édifices;
- Commémorer des événements tels que :
 - En 2014 – le centenaire de la Première Guerre mondiale;
 - En 2017 – le 150^e anniversaire du Canada de la Confédération.

POINTS SAILLANTS DU RENDEMENT

Le sommaire du Plan d'entreprise inclut des détails sur le rendement des Musées par rapport aux cibles fixées pour l'exercice 2012-2013.

En 2012-2013, 11 expositions temporaires ont été présentées dans la région de la capitale nationale dont **Les secrets de la civilisation Maya, Vodou, Volte-face – Portraits de Canadiens fascinants, Onze femmes face à la guerre et 1812**. Les partenariats ont continué de faciliter l'établissement de liens avec tous les paliers du gouvernement, des institutions nationales et internationales, des communautés locales et le secteur privé. En plus de bénéficier aux publics locaux et régionaux, ces activités constituent un apport important aux installations et aux industries culturelles de l'ensemble du Canada et de l'étranger, permettent de disséminer un large éventail de connaissances et encouragent une meilleure compréhension de l'histoire et de la diversité culturelle du Canada.

En 2012-2013, 23 expositions itinérantes ont été présentées au pays et dans le monde dont **Profit et ambition – La traite des fourrures au Canada, 1779-1821 et la Marine – L'œuvre d'un siècle**. D'autres partenariats incluent **Les secrets de la civilisation Maya** (partenariat avec le conseil du tourisme du Mexique), **Vodou** (projet collectif avec le Musée d'ethnographie de Genève, Suisse et le Tropenmuseum Amsterdam, Pays-Bas, **Dieu(x) – Modes d'emploi** (du Musée d'Europe et de Tempora SA, adapté par le Musée de la civilisation et le Musée canadien de l'histoire) et **1812** (Partenariat avec le Groupe Banque TD et Ancestry.ca).

Le Musée a également conservé des pratiques de gestion disciplinées, le respect de la prudence financière, de la planification financière et opérationnelle, et des activités de rapport. Le cadre de mesure du rendement mis à jour récemment a permis au Musée et à son conseil d'administration de mettre un accent renouvelé sur la responsabilité dans la planification des opérations et dans les rapports.

RÉSULTATS FINANCIERS

À la suite d'un examen de ses activités et de la mise en œuvre d'un plan financier pour faire face à ses pressions financières, le Musée prévoit équilibrer son budget à compter de 2014-2015, pour la première fois en trois ans. Même si la mise en œuvre du plan financier s'est attaquée aux pressions financières immédiates, l'organisation demeure préoccupée

par le gel de budget annoncé et par l'escalade continue des frais non discrétionnaires liés à la gestion de ses installations, en particulier les coûts liés aux paiements en remplacement d'impôts (PERI). Les dépenses du Musée en PERI ont augmenté de 69 % depuis leur transfert au Musée, sans qu'il y ait eu d'augmentations correspondantes en financement. La fréquentation des Musées a diminué en 2013-2014 ce qui a eu une incidence sur les recettes de l'organisation découlant de ses opérations, lesquelles devraient être légèrement inférieures aux prévisions. La baisse de visites a été observée dans presque tous les musées nationaux.

PERSPECTIVES ET EMBÛCHES

La transformation du Musée canadien des civilisations en Musée canadien de l'histoire, le 150^e anniversaire du Canada en 2017 et le centenaire de la Première Guerre mondiale constituent des moments opportuns pour faire participer toute la population; souligner l'importance de ces événements; encourager la population canadienne à s'informer sur l'histoire du Canada afin de mieux la comprendre et de saisir son importance; susciter l'intérêt à l'égard des Musées; lancer des initiatives de collecte de fonds, de collaboration et de sensibilisation. Bien que ces activités en soient encore à la phase préparatoire, l'objectif est d'aider les Canadiens à célébrer ces événements fondateurs de la nation et à approfondir leurs connaissances sur ces sujets. Les expositions temporaires **1867**, au Musée canadien des de l'histoire, et **Portraits de Canadiens** et **Canadiennes pendant la Première Guerre mondiale**, au Musée canadien de la guerre, sont des exemples d'initiatives.

Comme indiqué dans le budget de 2014, le financement et la responsabilité pour le Musée virtuel du Canada et les Ouvrages de référence en ligne seront transférés au Musée canadien de l'histoire. Pour l'année fiscale 2015-2016, ce transfert se compose d'un financement de 6,2 millions de dollars par année pour le Musée virtuel du Canada et 2,1 millions de dollars par année pour les Ouvrages de référence en ligne.

La pression financière accrue sur les ressources de base continuent de constituer un défi. Celles-ci incluent des réductions résultant de l'examen stratégique et de la réforme du régime d'approvisionnement d'environ 4,2 millions de dollars. Au fil des ans, le Musée a revu ses activités et a réussi à trouver des moyens novateurs de réduire ses coûts ou d'accroître ses recettes pour essayer de résoudre certaines de ses contraintes de financement. Toutefois, en raison de l'escalade des frais fixes, il doit mettre en place un plan financier visant à réduire les pressions occasionnées par certains coûts, tout en s'efforçant de continuer d'offrir des programmes et des expositions dont la qualité est à la hauteur des attentes des visiteurs et de demeurer l'un des musées les plus respectés du Canada.

Les recettes commerciales sont essentielles pour soutenir les priorités opérationnelles et la viabilité. Elles dépendent grandement de l'achalandage et sont directement influencées par le marché du tourisme et les fluctuations du dollar canadien. Les résultats de ces études aident à améliorer le rapport qualité-prix de l'expérience du visiteur tout en permettant de maximiser les recettes. La collecte de fonds est tout aussi importante que les priorités et la viabilité opérationnelles. Le Plan de collecte de fonds, incluant une campagne de 5 millions de dollars pour la création du Musée canadien de l'histoire, sont des occasions de susciter l'intérêt des donateurs et des commanditaires.

La négociation réussie d'une nouvelle convention collective avec l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada porte sur une période de quatre ans et respecte les accords comprenant des points de référence, dont l'élimination de l'accumulation d'indemnités relatives à un départ volontaire. Pendant l'été 2013, l'Alliance de la Fonction publique du Canada a signé une convention collective triennale assortie des mêmes paramètres.

2. APERÇU DE LA SOCIÉTÉ



MCG, Steven Darby
CWM2012-0013-0064-Dm

LOIS APPLICABLES

Le Musée canadien de l'histoire, auparavant connu sous le nom de Musée canadien des civilisations, est une société d'État constituée en vertu d'amendements corrélatifs à la *Loi sur les musées* et ayant reçu la sanction royale le 12 décembre 2013. Ces amendements ont modifié le nom et le mandat du Musée canadien des civilisations, lequel avait été constitué en vertu de la *Loi sur les musées* de 1990.

La *Loi sur les musées* de 1990 stipulait également que le Musée canadien de la guerre est affilié au Musée canadien des civilisations. L'emploi des termes « les Musées » et « la Société » dans le présent document renvoie au Musée canadien de l'histoire en tant qu'entité constituée, et comprend le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre. La Société comprend également le Musée virtuel de la Nouvelle-France (MVNF), une exposition sur le Web d'images numérisées et d'informations.

En vertu de la *Loi sur les musées*, le Musée canadien de l'histoire est une entité légale autonome, détenue en propriété exclusive par l'État, qui agit sans lien de dépendance par rapport au gouvernement en ce qui concerne ses opérations quotidiennes de même que ses activités et sa programmation. À titre de société d'État et de membre du portefeuille de Patrimoine canadien, il contribue à la réalisation des grands objectifs culturels du gouvernement fédéral.

Le Musée canadien de l'histoire est soumis au régime de contrôle et responsabilité des sociétés d'État, établi dans la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Celui-ci se conforme également 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*, le *Code criminel du Canada*, la *Loi et les règlements sur les langues officielles*, le *Code canadien du travail*; en plus d'harmoniser ses activités avec le *Code de valeurs et d'éthique de la fonction publique* dans le cadre du *Code de conduite de la Société*. La Société rend compte au Parlement par l'entremise de la ministre de Patrimoine canadien et des Langues officielles.



MCH, Marie-Louise Deruaz IMG2012-0202-0001-Dm



Alex Janvier et l'Étoile du matin
MCH, Steven Darby IMG2014-0138-0006-Dm

MANDAT

Avec la création du Musée canadien de l'histoire par sanction royale le 12 décembre 2013, le Parlement a donné au Musée canadien de l'histoire le mandat :

D'ACCROÎTRE LA CONNAISSANCE, LA COMPRÉHENSION ET LE DEGRÉ D'APPRÉCIATION DES CANADIENS À L'ÉGARD D'ÉVÉNEMENTS, D'EXPÉRIENCES, DE PERSONNES ET D'OBJETS QUI INCARNENT L'HISTOIRE ET L'IDENTITÉ CANADIENNES, QU'ILS ONT FAÇONNÉES, AINSI QUE DE LES SENSIBILISER À L'HISTOIRE DU MONDE ET AUX AUTRES CULTURES.

Conjointement avec le Musée canadien de la guerre, le Musée canadien de l'histoire présentera les trésors nationaux du Canada ainsi que diverses expositions qui préserveront les souvenirs et les expériences de la population canadienne, exploreront les événements, les individus, les thèmes et les objets particuliers qui ont contribué à façonner le pays, des temps les plus anciens jusqu'à nos jours. Il continuera également de présenter des expositions temporaires nationales et internationales.

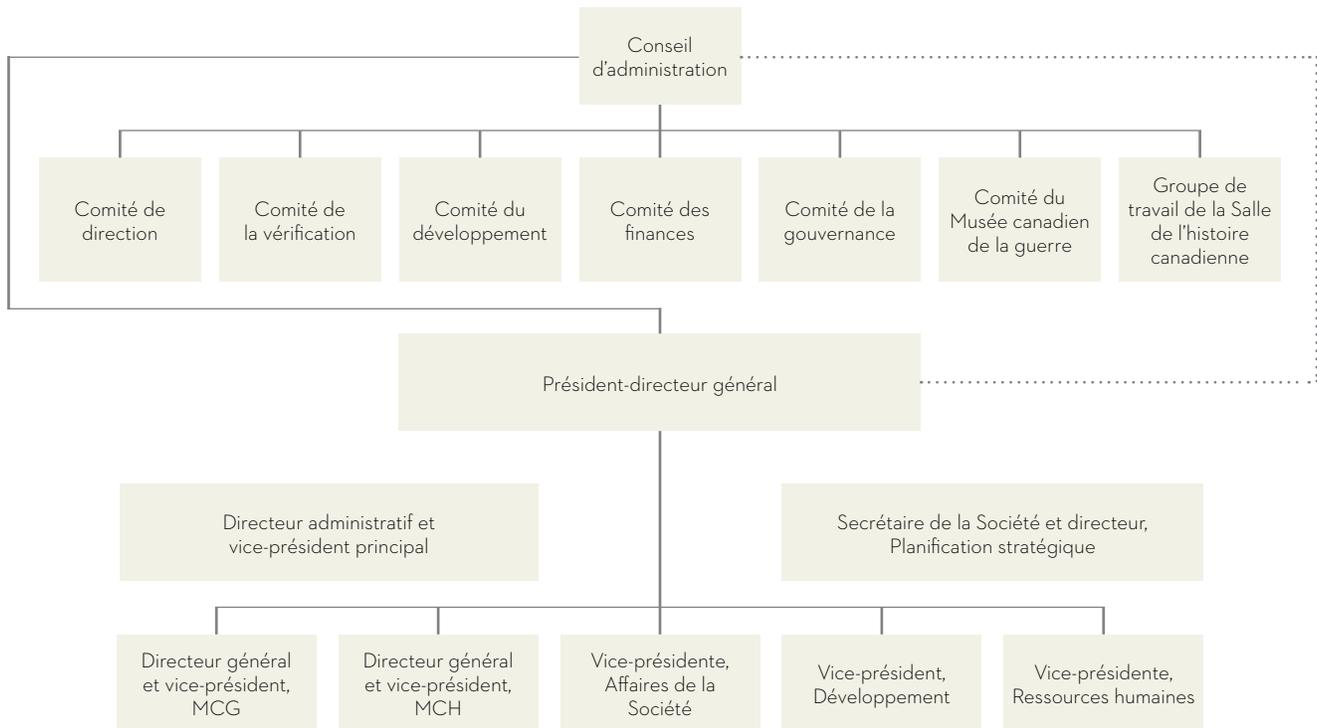
À l'appui des grands objectifs de la politique culturelle du gouvernement, les Musées contribuent à la vision du ministère du Patrimoine canadien, « *celle d'un Canada où tous les Canadiens peuvent célébrer leur riche diversité culturelle, leurs expériences et leurs valeurs communes, un Canada où tous peuvent apprendre à mieux connaître leur histoire, leur patrimoine et leurs communautés* ».

STRUCTURE DE GOUVERNANCE

La Société est régie par un conseil d'administration, dont les 11 membres sont nommés par la ministre de Patrimoine canadien et des Langues officielles avec l'approbation du gouverneur en conseil. Les membres représentent différentes régions du Canada. Le conseil, qui rend des comptes au Parlement par l'entremise du ministre de Patrimoine canadien, et des Langues officielles définit l'orientation stratégique globale de la Société et se réunit régulièrement, y compris lors d'une assemblée annuelle ouverte au public. L'assemblée publique annuelle a eu lieu à Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard le 23 juin 2014. Pour s'acquitter de ses responsabilités, le conseil d'administration, avec l'assistance de 6 Comités et un groupe travail, dans son ensemble supervise le développement et l'application des politiques relatives à la gouvernance de la Société.

ÉQUIPE DE DIRECTION

Le président-directeur général, appuyé par une équipe de cadres de direction, est responsable de la gestion quotidienne du rendement de la Société, de sa viabilité à long terme et de l'atteinte des objectifs. La Société est un employeur distinct qui comptait, en décembre 2013, 432 employés à temps plein.



ARCHITECTURE D'ALIGNEMENT DE PROGRAMME

Les « Programmes » entièrement intégrés sont stratégiquement conçus pour contribuer à l'accomplissement du mandat de la Société en vertu de la *Loi sur les musées*. Si des ajustements sont nécessaires en raison de la transition vers le Musée canadien de l'histoire, ils seront effectués au cours de l'exercice 2014-2015. Les quatre principaux programmes et sous-programmes s'établissent comme suit :

RÉSULTAT STRATÉGIQUE	
Favoriser la connaissance, l'appréciation et le respect des réalisations culturelles humaines et du comportement humain ainsi que l'intérêt à leur égard, grâce à des collections d'objets historiques et culturels, des expositions, des programmes et des recherches reflétant un point de vue canadien	
PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES
Exposition, éducation et communication	Expositions; Programmes; Publications; Communications
Collection et recherche	Collections; Recherche; Bibliothèque et archives
Gestion de la Société	Activités génératrices de recettes; Services de la Société; Gouvernance
Locaux	Gestion des installations; Projets d'immobilisations

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Le conseil d'administration détermine des orientations stratégiques afin de guider les activités et les programmes de la Société. Le conseil d'administration a approuvé les quatre orientations stratégiques suivantes en juin 2009. Avec l'adoption des amendements corrélatifs à la *Loi sur les musées*, le conseil les révisera pour s'assurer de leur pertinence. Tout changement qui pourrait être apporté figurera dans le Plan d'entreprise de la période qui débutera en 2015-2016.

Les orientations stratégiques du conseil d'administration sont :

- 1. Présenter les Musées aux Canadiens** - La Société accroîtra ses efforts pour devenir mieux connue, plus accessible et de plus en plus pertinente dans toutes les régions du Canada et à l'échelle internationale au moyen d'initiatives muséales novatrices et attirantes, ainsi que par des programmes de diffusion;
- 2. Excellence et pertinence muséologiques** - La Société développera ses collections nationales et les recherches des conservateurs pour mieux refléter et présenter les récits, symboles et réalisations du pays dans leurs dimensions humaine, sociale, culturelle, militaire et politique de la vie au Canada;
- 3. Se concentrer sur les résultats** - La Société conservera ses pratiques de gestion disciplinées tout en se montrant flexible et réactive aux conditions changeantes. Le personnel élaborera des outils et des procédures permettant de rendre compte des activités et des résultats de façon plus efficace;
- 4. Financement et collecte de fonds** - La Société cherchera à accroître ses ressources financières par diverses sources supplémentaires de revenus, notamment les commandites d'entreprise, les ententes de collaboration, la philanthropie sollicitée dans toutes les régions du pays et les recettes de sources commerciales.

CADRE DE RAPPORT

La Société a mis en application un cadre de mesure du rendement en 2011. Depuis, la mesure du rendement fait partie intégrante de la planification ainsi que des rapports destinés au conseil d'administration, au Plan d'entreprise et au Rapport annuel. Cela est conforme aux priorités du gouvernement du Canada et à ses objectifs de politique de faire preuve d'ouverture, de transparence et de responsabilité. Cela révèle également la valeur du financement public et des services publics ainsi que leur pertinence pour le Canada et les Canadiens.

CADRE DE GESTION DU RISQUE

La gestion du risque est un élément essentiel d'une saine gouvernance d'entreprise et elle alimente une prise de décisions efficace. Ce cadre contribue à la réalisation des objectifs globaux de la Société.

LA SOCIÉTÉ ET SES MUSÉES

Musée canadien de l'histoire

L'origine de la Société remonte au 16 mai 1856, lorsque le gouvernement du Canada attribue à la Commission géologique du Canada le mandat statutaire de constituer le premier musée provincial du Canada (qui est devenu le premier musée national du Canada). Le 1^{er} avril 1968, le Musée national du Canada est scindé en trois : le Musée national de l'Homme, le Musée national de la nature et le Musée national des sciences et de la technologie. Ces trois institutions, ainsi que la Galerie nationale, forment alors la Société des musées nationaux du Canada.

Le 29 juin 1989, l'édifice actuel du Musée canadien des civilisations ouvre ses portes au public. Il est surtout renommé auprès des visiteurs pour ses salles d'expositions permanentes, son architecture et son emplacement riverain qui offre une vue panoramique inégalée de la Colline du Parlement. De plus, il abrite le Musée canadien des enfants, le Musée canadien de la poste (qui est maintenant fermé) et un Théâtre IMAX^{MD}. En 1990, le Musée canadien

des civilisations et son institution sœur, le Musée canadien de la guerre, de même que chacun des trois autres musées nationaux, sont constitués en sociétés d'État distinctes possédant leur propre conseil d'administration et leur chef de direction (président-directeur général).

En 2012, le gouvernement fédéral a annoncé que le Musée canadien des civilisations sera rebaptisé le « Musée canadien de l'histoire », que son mandat sera révisé et que le Musée canadien de la guerre demeurera son institution sœur. Les amendements corrélatifs à la *Loi sur les musées*, qui placent un nouvel accent sur l'histoire du Canada, reçoivent la sanction royale le 12 décembre 2013.

Par la *Loi sur les musées*, le Parlement canadien a confié à la Société la responsabilité de préserver et de promouvoir l'histoire ainsi que sa réalité actuelle, dans ses dimensions humaine, sociale, culturelle, militaire et politique. La Société est responsable de la gestion et du fonctionnement du Musée canadien de l'histoire (auparavant le Musée canadien des civilisations) et du Musée canadien de la guerre qui est le musée national de l'histoire militaire, ainsi que du Musée virtuel de la Nouvelle-France, une exposition d'informations et d'images numérisées sur le Web. Les Musées, qui accueillent en moyenne environ 1,7 million de visiteurs chaque année, sont actuellement les institutions muséales les plus visitées au Canada.

De plus, il abrite quelques-uns des plus précieux trésors du Canada dans ses salles de collections. Celles-ci abritent aussi une collection importante, en constante augmentation, d'enregistrements sonores et visuels qui regroupent et préservent divers aspects du patrimoine culturel immatériel du pays – des caractéristiques non physiques, des pratiques, des représentations, des expressions ainsi que des connaissances et des compétences qui caractérisent et définissent un groupe ou une civilisation.

Dans le cadre de son mandat, il est également une institution de recherche importante dotée d'un personnel professionnel spécialisé.

L'adoption de la loi créant le Musée canadien de l'histoire donnera lieu à la rénovation de la moitié de l'espace permanent du Musée afin de créer l'exposition sur l'histoire canadienne la plus vaste et la plus détaillée jamais développée.



MCG, Mark Holleron CWM2014-0071-0027-Dm



CWM, Mark Holleron CWM2014-0016-0058-Dm

Musée canadien de la guerre

La responsabilité du Musée canadien de la guerre, dont les origines remontent à 1880, est transférée, en 1958, à la division d'histoire humaine des Musées nationaux du Canada (devenue le Musée canadien des civilisations). En 1967, le Musée de la guerre emménage dans son premier édifice consacré aux expositions, au 330 de la promenade Sussex, à Ottawa. La croissance des collections et de l'intérêt public constituent le prélude à la construction de l'important bâtiment muséal sur les plaines LeBreton, dont l'inauguration a lieu le 8 mai 2005. En vertu de la *Loi sur les musées*, l'institution est un musée associé et une activité de programme du Musée canadien de l'histoire, auparavant le Musée canadien des civilisations.

Le Musée de la guerre est le musée national de l'histoire militaire du Canada. Il accueille en moyenne 470 000 visiteurs chaque année. Ses expositions et ses programmes publics aident les Canadiens à comprendre leur histoire militaire dans ses dimensions personnelle, nationale et internationale. Il souligne l'expérience humaine de la guerre pour expliquer les répercussions, sur le Canada et sa population, des conflits organisés. Il montre aussi de quelle façon, par les conflits et les opérations de soutien de la paix, les Canadiens ont influencé le monde qui les entoure. Il abrite également le Centre de recherche sur l'histoire militaire, une vaste collection d'art militaire et une des plus belles collections de véhicules militaires et d'artillerie au monde.

Musée virtuel de la Nouvelle-France

Le Musée virtuel de la Nouvelle-France s'est affilié à la Société en 1990. Cette exposition en ligne a été créée en 1997 en vue de faire la promotion de l'histoire de la Nouvelle-France et de disséminer les connaissances sur le sujet, de même que pour acquérir, conserver et interpréter les collections relatives à cette époque.

Afin de montrer son engagement à l'égard de la diffusion du savoir et de l'information du public, la Société a entrepris de renouveler cette exposition en ligne, qui consiste à archiver des renseignements, à examiner les textes avant de les afficher sur le site Web, à sélectionner des images et à assurer la promotion de l'exposition. L'objectif est de créer une source de renseignements détaillés, accessibles et faisant autorité sur la Nouvelle-France. Chaque page a été rédigée par un érudit, puis révisée par d'autres spécialistes.

Musée virtuel du Canada et les Ouvrages de référence en ligne

Le Musée virtuel du Canada (MVC) comprend trois volets intitulés « Expositions virtuelles », « Histoires de chez nous » et « Centre des enseignants », auxquels on peut accéder en passant par le site Web du MVC. Le financement total qui sera transféré au Musée pour le MVC sera de 6,2 millions de dollars par année. Le transfert prendra effet au 30 septembre 2014.

Les Ouvrages de référence en ligne comprend deux voies de financement pour soutenir d'une part le Dictionnaire biographique du Canada, géré par l'Université de Toronto et l'Université Laval, pour un budget annuel de 1 million de dollars, et l'Encyclopédie canadienne d'autre part, gérée par Historica, pour un budget annuel de 1,1 million de dollars. Le transfert des Ouvrages de référence en ligne au Musée canadien de l'histoire prend effet au 29 août 2014.

ARCHITECTURE D'ALIGNEMENT DE PROGRAMME DÉTAILLÉE

PROGRAMME N° 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Les expositions permanentes :

MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE

- **La Grande Galerie** - Y sont exposés quelques-uns des plus grands mâts totémiques intérieurs du monde, ainsi qu'une importante installation de six façades de maisons autochtones de la côte du Pacifique dont l'intérieur contient des expositions sur des enjeux culturels contemporains et historiques.
- **La Salle des Premiers Peuples** - La plus grande présentation muséale de l'histoire et de la culture autochtones au Canada montre plus de 1 500 objets historiques et œuvres d'art, ainsi que 500 documents et illustrations.

- **Salle du Canada et Tête-à-tête : La salle des personnalités canadiennes** (la future **Salle de l'histoire canadienne**) - Ces salles d'exposition seront fermées à compter de 2015 pendant 16 mois. Elles ouvriront de nouveau leurs portes, en tant que **Salle de l'histoire canadienne**, en 2017, à l'occasion des festivités du 150^e anniversaire du Canada. La superficie de 43 000 pieds carrés accueillera des trésors nationaux du Canada et présentera chronologiquement et en détail l'histoire du Canada et des Canadiens. Cette exposition sera l'exposition muséale sur l'histoire du Canada la plus grande et plus exhaustive jamais mise sur pied.
- **Le Musée virtuel de la Nouvelle-France** - L'exposition en ligne, qui présente l'histoire de la Nouvelle-France, est consacrée à ses premiers habitants, à leur vie quotidienne, à leur culture et à leur civilisation.

MUSÉE CANADIEN DE LA GUERRE

- **Les galeries sur le Canada et les conflits** - L'exposition permanente est constituée de quatre galeries qui racontent chronologiquement l'histoire militaire du Canada.
- **Le salon d'honneur de la Légion royale canadienne** décrit la tradition canadienne des honneurs rendus et de la commémoration du passé militaire.
- **La galerie LeBreton** - La plus grande collection du monde de véhicules militaires canadiens et de pièces d'artillerie historiques y est exposée.

Les expositions temporaires et itinérantes :

Les expositions temporaires sont consacrées à des sujets qui ne sont pas traités, ou qui ne le sont que superficiellement, dans les salles permanentes. Elles permettent aux Musées de présenter les récits et les symboles canadiens, et d'offrir aux Canadiens la possibilité de mieux comprendre leur place dans le monde. Pour les musées nationaux et internationaux, elles constituent aussi un moyen de présenter leur histoire et leur culture aux Canadiens, et ouvrent la voie à l'établissement de relations et d'ententes de collaboration.

Les expositions itinérantes sont des expositions qui ont été conçues pour être présentées dans diverses installations culturelles, tant au Canada que dans le monde entier. Elles



Exposition : « Duplessis donne à sa province » -
Le marketing politique de l'Union nationale
MCH, Steven Darby IMG2014-0132-0009-Dm



François Pelletier reproduisant l'œuvre L'Olympic
rapatriant des soldats, par Arthur Lismer
MCG, Mark Holleron CWM2014-0016-0035-Dm

permettent de découvrir et d'étudier en détail l'histoire du Canada en présentant des éléments caractéristiques – des événements, des personnalités et des objets – qui ont façonné le Canada et sa population. Elles facilitent également les collaborations et les coproductions avec d'autres institutions, offrant ainsi la possibilité de faire connaître l'histoire canadienne

Programmes

Les programmes publics visent à offrir une perspective élargie ou spécialisée des thèmes ou des sujets d'une exposition spéciale sur l'histoire du Canada ou les cultures canadiennes et étrangères. Ils mettent aussi en lumière des événements saisonniers, des anniversaires ou des sujets d'importance nationale. Les programmes publics offerts incluent des activités artistiques, telles que des projections de films, des conférences et des lancements de livres. Les programmes proposent également des activités familiales et interactives, comme des fêtes pyjama au Musée canadien des enfants et au Musée canadien de la guerre, ainsi que des visites guidées.

La Société propose également deux programmes spécialisés : l'un composé d'activités fondées sur les programmes scolaires; l'autre, animé par des bénévoles. Le premier correspond de près aux programmes scolaires dans les domaines des études sociales, de l'histoire et de la géographie. Le second, qui inclut Témoins de l'histoire, au Musée canadien de la guerre, permet aux visiteurs d'échanger avec d'anciens combattants et d'autres bénévoles possédant une connaissance directe de l'histoire. Ces programmes sont importants pour la réalisation du volet du mandat de la Société qui consiste à diffuser les connaissances et à favoriser l'appréciation en plus d'enrichir l'expérience des visiteurs en leur donnant la possibilité d'interagir, d'explorer les thèmes d'une exposition et d'utiliser des approches et des styles d'apprentissage variés.

Publications

L'édition est un outil essentiel à la diffusion des résultats des recherches et à la promotion des expositions. Par ses programmes internes d'édition et de coédition, la Société diffuse de l'information relative à ses disciplines de recherche et à ses expositions. Soutenant l'objectif de la Société qui vise à être reconnue en tant que leader national en matière de recherche et d'interprétation, le programme d'édition permet de disséminer le plus largement possible le savoir issu de recherches ayant bénéficié du soutien de

la Société et des programmes d'expositions. Le programme d'édition, à titre d'institution nationale, contribue à l'excellence scolaire en favorisant la recherche au sein même de la Société et ailleurs, y compris au sein de la communauté savante canadienne et internationale. Le programme contribue aussi à renseigner les gens, au pays et ailleurs, sur le patrimoine et l'histoire du Canada. Voilà pourquoi la Société a privilégié les publications savantes ou celles qui sont liées explicitement à la production d'expositions majeures.

Communications

La Société communique son savoir muséologique et son expertise et, chaque année, répond à un grand nombre de demandes de professionnels de musées du Canada et de l'étranger. Les connaissances spécialisées sont partagées par la présentation d'exposés à des rencontres organisées par des musées, des institutions, des sociétés historiques régionales et d'autres groupes communautaires. De plus, des membres du personnel de la Société siègent au sein de conseils et de comités externes qui présentent un lien avec le mandat et les activités de la Société. En voici des exemples qui incluent le Conseil international des musées (Canada et l'Association des musées de l'Ontario). La Société entreprend aussi diverses activités de diffusion externe visant des groupes précis, tels les institutions culturelles, les musées, les éducateurs, les philatélistes et les associations d'éducation de la petite enfance.

Organisées dans le cadre de ses programmes pour les groupes locaux et les personnalités de marque, les visites guidées et les présentations dans les réserves des collections, les laboratoires de conservation et d'autres lieux « en coulisses » mettent le travail de la Société au premier plan. La Société est également l'hôte d'activités comme le gala des prix Génie, la visite de membres de la famille royale, la cérémonie de citoyenneté, le dîner de la Tribune de la presse parlementaire, la cérémonie de passation de commandement, le départ de la marche de Nimègue et les festivités de la journée d'ANZAC. Ces programmes et ces activités permettent à la Société d'établir des relations et des ententes de collaboration avec des groupes clés, des parties intéressées, de même qu'avec des professionnels du milieu des musées et de la communauté savante. Ils permettent également d'accroître la compréhension de l'histoire chez les Canadiens, de joindre un plus grand nombre de communautés et de nouveaux publics cibles et, en conséquence, d'attirer davantage de visiteurs et d'augmenter la notoriété de la Société.

PROGRAMME N° 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

Collections

La Société possède près de quatre millions d'artefacts provenant de disciplines comme l'archéologie, les études culturelles, l'ethnologie, l'histoire, l'histoire postale et l'histoire militaire, incluant l'histoire orale, qui sont conservés dans les aires d'entreposage des collections sur place. Ces collections, ainsi que la base de connaissances qui les appuie et les enrichit, sont les plus grands biens matériels de la Société. Les artefacts sont acquis grâce à des travaux menés sur le terrain, à des dons et à des achats financés par le Fonds de la collection nationale. Conformément au mandat de la Société, les collections sont continuellement enrichies de nouvelles acquisitions. Celles-ci sont attribuables, en grande partie, aux dons de généreux et fiers Canadiens ainsi qu'aux recherches menées sur le terrain. La Société prête des centaines d'artefacts à des musées et des institutions canadiennes et étrangères afin qu'ils puissent les exposer sur une période plus ou moins longue.

Recherche

La Société s'efforce de faire en sorte que sa capacité de recherche demeure solide et ciblée. La recherche permet d'accroître la connaissance et la compréhension de l'histoire humaine et militaire du Canada. Elle enrichit la base de connaissances de la Société et est diffusée par des expositions, des publications, des conférences, des publications savantes et des livres pour le grand public, des articles, des produits en ligne, des programmes publics et d'autres programmes. Les ententes de collaboration, les bourses et les programmes de recherche des Musées, tel le Programme de bourses de recherche et le Programme de recherche du Musée canadien de la guerre, permettent à la Société de rendre ses collections et les résultats de ses recherches accessibles au public canadien et international.

La Stratégie de recherche est la première stratégie conjointe produite par le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre. Elle guidera l'ensemble des offres et les activités principales des Musées. Cette



Visite royale
MCH, Steven Darby IMG2014-0139-0023-Dm



Exposition :
Témoignage - Art canadien de la Première Guerre mondiale
MCG, William Kent CWM2014-0014-0014-Dm

initiative orientera et coordonnera les activités de recherche des deux Musées pendant dix ans. Elle guidera et orientera les sujets et les types d'éléments matériels étudiés, recueillis et diffusés, et elle fera office de véhicule principal en matière de coopération et de communication. La Stratégie est orientée autour de trois thèmes principaux :

- Signification et mémoire;
- Les Premiers Peuples; et
- Compromis et conflit.

Conjointement, ces thèmes établissent l'orientation stratégique et les priorités, ainsi que les objectifs et des exemples sélectionnés de résultats mesurables.

Bibliothèque et archives

La bibliothèque et les archives de la Société, ainsi que le Centre de recherche sur l'histoire militaire gèrent une bibliothèque et un contenu textuel, photographique et audiovisuel. Les documents gérés incluent des notes prises sur le terrain, des rapports de recherche, des transcriptions d'entrevues, des dossiers de documentation sur des artefacts et des expositions, des enregistrements sonores, des images historiques et contemporaines ainsi que des photos.

PROGRAMME N° 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ

Activités génératrices de recettes et collectes de fonds

Le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre fonctionnent comme une seule entité pour gérer leurs activités commerciales. Les activités commerciales, comme les droits d'entrée aux Musées et au Théâtre IMAXMD, les activités de détail, la location de salles, les adhésions au programme des membres, les redevances sur les aliments et les boissons, les frais de stationnement et les cotisations des membres, génèrent environ 13 à 14 millions de dollars chaque année. Ces activités contribuent à la viabilité financière de façon considérable. Elles offrent aussi la possibilité de créer des liens avec les sociétés, les fondations et les associations des secteurs

public et privé en vue d'obtenir leur appui pour les expositions temporaires, les collections, la conservation, l'éducation et les programmes publics.

Les commandites d'entreprise, les ententes de collaboration, les activités de financement et la philanthropie contribuent à sensibiliser le public. En effet, ces activités offrent des occasions de susciter l'intérêt de nouveaux publics et de dirigeants d'entreprises et d'organisations communautaires. Elles permettent aussi de créer des expositions itinérantes, des collections, des projets de conservation, d'éducation et de soutien public. La Société a donc conçu, en ce sens, un nouveau Plan triennal de collecte de fonds.

Services de la Société

La Société reste déterminée à préserver une base financière et opérationnelle solide afin de continuer à offrir des services de qualité dans ses Musées. Pour cela, elle a mis en place une reddition de compte dans la planification des opérations et les rapports, favorisé l'excellence et adopté des pratiques exemplaires. Les vérifications de fin d'année et l'Examen spécial du Bureau du vérificateur général du Canada, de même que les vérifications internes régulières, confirment qu'elle possède un cadre de contrôle de gestion efficace.

La Société emploie des pratiques de gestion des ressources humaines. Elle souscrit à une culture d'apprentissage qui favorise les possibilités de perfectionnement des compétences et de formation pour ses employés et elle fournit les outils nécessaires à leur adaptation à un environnement de travail en constante évolution. Elle collabore de façon proactive avec les syndicats, l'Alliance de la Fonction publique du Canada et l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada, afin de discuter de problèmes ponctuels et de les résoudre, et de maintenir un climat de travail sain, professionnel et positif. La Société continue de promouvoir activement la politique du gouvernement du Canada en matière de langues officielles en dispensant une formation appropriée en langue seconde et des tests de validation des compétences. Elle continue d'offrir à sa clientèle des services de qualité supérieure dans les deux langues officielles.

Ses pratiques à ce chapitre sont reconnues comme étant exemplaires.

Gouvernance

La Société est constituée en vertu de la Loi sur les musées. Nommés par le ministre avec l'approbation du gouverneur en conseil, les 11 membres du conseil d'administration assurent une orientation et une surveillance générales stratégiques des activités et des programmes. À cet effet, le conseil d'administration et les comités du conseil d'administration tiennent des réunions trimestrielles ainsi que des téléconférences en fonction des besoins. Conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques*, une réunion publique a eu lieu le 23 juin 2014 à Charlottetown à l'Île-du-Prince-Édouard.

Son président-directeur général, appuyé par une équipe de cadres de direction, est responsable de l'administration quotidienne.

PROGRAMME N° 4 : LOCAUX

Gestion des installations

Il est primordial d'assurer le fonctionnement et l'entretien des systèmes mécaniques et électriques qui maintiennent les conditions intérieures particulières essentielles à la préservation des collections de la Société. Ces systèmes exigent un investissement important sur le plan de la main-d'œuvre qualifiée et de l'équipement. Au cours des 18 dernières années, la Société a réalisé des économies opérationnelles qui ont eu pour résultat d'en faire un point de repère en ce qui concerne les coûts de fonctionnement au mètre carré ainsi qu'un chef de file en matière de pratiques exemplaires dans le secteur.

Projets d'immobilisations

L'édifice du Musée de l'histoire, à Gatineau, au Québec, est ouvert au public depuis 25 ans, tandis que celui du Musée de la guerre, à Ottawa, en Ontario, l'est depuis 9 ans. Ils sont tous deux fortement sollicités et des réparations substantielles et continues sont nécessaires pour assurer le fonctionnement et l'entretien des édifices et des collections, garantir la santé et la sécurité des visiteurs et des employés, suivre les tendances en matière de technologies et veiller à préserver leur attrait pour leurs visiteurs et les générations futures.

3. ENJEUX STRATÉGIQUES



MCH, Steven Darby IM
2013-0099-0017-Dm

LA PRÉSENTE SECTION COMPREND UNE ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT, LES FORCES ET FAIBLESSES, ET LES POSSIBILITÉS ET EMBÛCHES DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION AINSI QUE LES STRATÉGIES D'ATTÉNUATION S'Y RATTACHANT. CES ENJEUX STRATÉGIQUES SONT PRIS EN COMPTE LORS DE L'ANALYSE DES RÉSULTATS SUR LE RENDEMENT ET CONSTITUENT UN ÉLÉMENT DE BASE AU MOMENT D'ÉTABLIR LES FUTURS OBJECTIFS DE RENDEMENT.

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Un grand nombre de facteurs touchent les institutions publiques, y compris le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre. Les facteurs de l'environnement externe influencent les décisions en matière de politiques ainsi que les choix des consommateurs et les valeurs sociales; les facteurs de l'environnement interne affectent également profondément la capacité de l'organisation à atteindre ses objectifs.

Environnement externe

Économie et tourisme

Le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre, les musées les plus visités au Canada, dépendent considérablement de la fréquentation, laquelle est directement influencée par l'économie canadienne et mondiale ainsi que par le marché du voyage et du tourisme. L'incertitude continue implique que les Musées continuent de trouver des manières novatrices d'attirer et d'intéresser les visiteurs par l'intermédiaire d'expositions et de programmes exceptionnels et en mettant l'accès sur l'expérience du visiteur.

Dans l'édition de novembre 2013 de la mise à jour des projections économiques et financières, le ministère notait que l'économie mondiale demeure fragile, près de cinq ans après la fin de la récession mondiale. En dépit de cela, l'économie canadienne a continué de croître à un rythme modeste. Toutefois, le Canada n'est pas à l'abri de difficultés possibles dans un environnement économique mondial incertain. Et, comme les dépenses liées au tourisme tendent à être fortement associées à la santé de l'économie, tout fléchissement exercerait des pressions à la baisse sur le tourisme. En dépit de l'augmentation globale en tourisme, la majeure partie de l'augmentation est allée à la nourriture, aux breuvages, à l'essence et à l'hébergement, plutôt qu'à des dépenses de loisirs et de divertissements comme la fréquentation de musées. Le tourisme dans la région de la capitale nationale continue de diminuer et a un impact sur la Société dans son ensemble. De plus, les Canadiens voyagent plus que jamais dans d'autres pays, notamment aux États-Unis, en Australie et en Chine; ces marchés ont des stratégies de tourisme agressives pour attirer les touristes dans leur pays.

Profil social et démographique

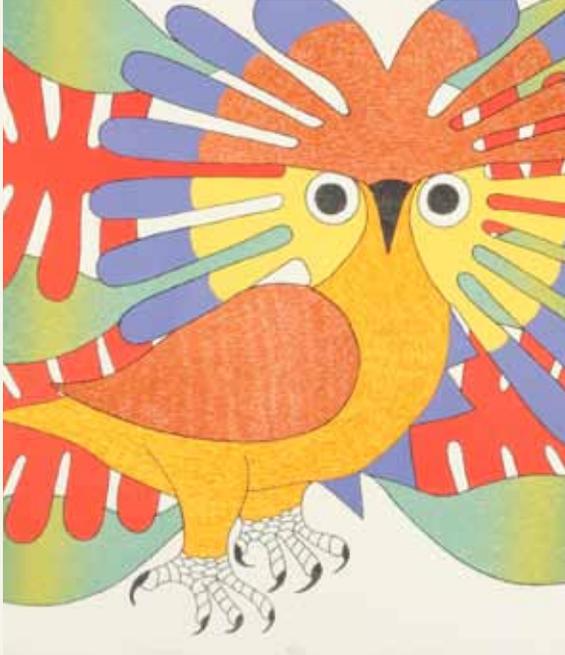
Le Canada connaîtra d'importants changements démographiques dans les prochaines années. Les tendances manifestes incluent un vieillissement de la population et une augmentation des taux d'immigration. Ce changement démographique apporte son lot de défis et de possibilités. À mesure que le Canada se diversifie, la compréhension et le dialogue entre les cultures gagnent en importance. Ce changement, en plus de l'importante évolution dans le domaine des loisirs et de la concurrence accrue au chapitre des dépenses qui y sont consacrées, stimule la Société à demeurer pertinente pour un vaste public. En même temps, grâce au processus de demande de citoyenneté, les Canadiens sont mieux informés que jamais en ce qui concerne l'histoire, les valeurs, les symboles et les institutions importantes du pays.

Technologie

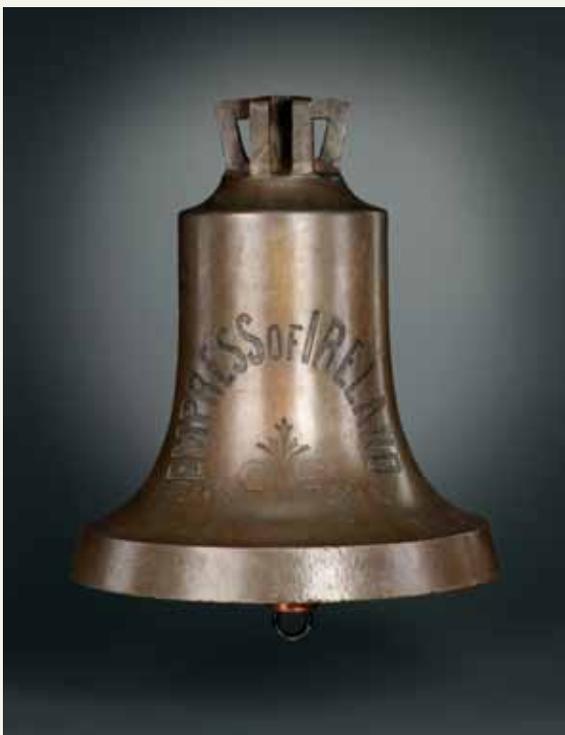
Étant donné que la technologie progresse à un rythme rapide, la Société est obligée de prendre des mesures pour demeurer une entité pertinente et une source d'information fiable. La Société dépend énormément des technologies pour accomplir son mandat. Les changements survenus dans les politiques et les directives gouvernementales sur les TI et la protection de la vie privée (par exemple, la norme sur la protection de la vie privée et l'analytique du Web) ont des répercussions sur la Société. Les effets doivent d'abord être analysés afin de mieux en comprendre l'influence sur la Société; ils pourraient nécessiter l'élaboration d'une stratégie d'atténuation.

Pertinence

Les Canadiens se félicitent de voir leurs collectivités mises en vedette dans la région de la capitale nationale. Ils souhaitent aussi témoigner de l'intérêt à l'égard des réalisations et des récits d'envergure nationale dans leurs propres régions. Ainsi, il est très important que les Musées puissent recueillir des renseignements, entreprendre des recherches et préparer des expositions qui sont davantage consacrées à l'histoire du Canada et à la société canadienne – et étendre ce type d'activités à l'ensemble du pays.



Sun Owl and Foliage par Kenojuak Ashevak
MCH, IMG2009-0200-0019-Dm



MCH, Frank Wimart IMG2012-0281-0002-Dm

Réputation

Par leur qualité et leur portée, les collections, les recherches et les expositions des Musées attirent des partenaires nationaux et internationaux. De plus, elles ont permis aux Musées de constater un taux de fréquentation supérieur à toute autre institution muséale au Canada. Plus de la moitié des 1,6 million de visiteurs annuels sont des Canadiens provenant de l'extérieur de la région de la capitale nationale. Ainsi, les visites en ligne sont aussi importantes que les efforts de sensibilisation.

Gouvernement

Toutes les sociétés d'État rendent des comptes au Parlement sur le plan financier et juridique par l'intermédiaire d'un ministre désigné. Elles doivent suivre des directives politiques générales (pas de décisions portant sur le contenu opérationnel). La Société entretient des relations avec les ministères qui sont concernés par son mandat, mais certains défis en matière de financement continuent de nuire aux activités à long terme.

Environnement interne

Capacités de l'effectif

Une planification efficace a permis à la Société de composer une équipe relativement jeune et stable de hauts dirigeants. Toutefois, dans certains domaines fondamentaux, le personnel professionnel approche de la retraite. Il sera essentiel d'attirer et de retenir des employés de la plus haute qualité dans ces domaines. La Société élabore un plan stratégique des ressources humaines, qui inclut l'actualisation des compétences clés et un plan de relève.

Expositions

Les expositions constituent un moyen important de présenter l'histoire nationale et internationale, leurs récits, leurs symboles, leurs expériences fructueuses, leurs personnalités et leurs objets. Elles permettent aux visiteurs de développer une meilleure compréhension d'un sujet spécifique important au Canada ou à l'étranger.

La nouvelle **Salle de l'histoire canadienne** – auparavant la **Salle du Canada** et **Tête-à-tête : La salle des personnalités canadiennes** – sera modernisée pour générer une nouvelle galerie permanente. Créer une galerie que demeure pertinente et reconnue pendant des années, tout en créant une expérience du visiteur optimale, est crucial pour attirer les visiteurs. L'ancien **Musée canadien de la poste** a été converti en une nouvelle galerie d'exposition où les musées canadiens pourront présenter des

expositions sur l'histoire canadienne provenant de leurs régions respectives et développant les thèmes abordés dans la **Salle de l'histoire canadienne** lorsque celle-ci sera ouverte en 2017. Des détails sur les implications de cette initiative importante figurent plus loin dans cette section.

Collections

Les collections nationales détenues en fiducie pour les générations actuelles et futures, et elles servent à alimenter la recherche et les programmes. Bien que ces collections soient prestigieuses, les initiatives d'acquisition canadiennes doivent faire l'objet d'un renouvellement.

Installations et coûts de fonctionnement

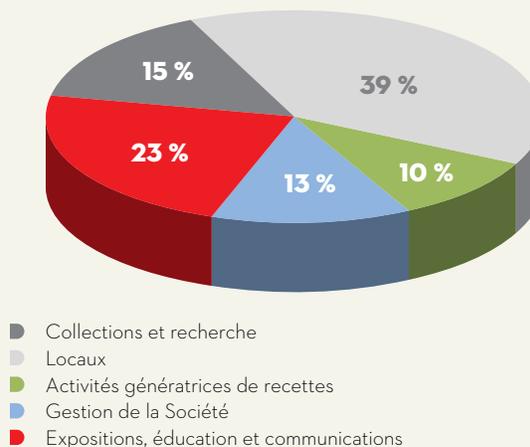
Bien que la Société ait apprécié l'allocation supplémentaire de près de 25 millions de dollars accordée dans le Budget 2008 pour faire face aux réparations importantes, ce financement est venu à échéance en 2012-2013. Dans le budget de fonctionnement de la Société, 39 % des fonds sont engloutis par les pressions croissantes engendrées par les frais fixes non discrétionnaires, en particulier le gaz, l'électricité, les impôts municipaux (paiements en remplacement d'impôts) et les réparations aux immobilisations. La Société a aussi dû composer avec une réduction de son financement de plus de 4 millions de dollars à la suite de l'Examen stratégique et de la Réforme de l'approvisionnement prévus dans le budget de 2007. De plus, en 2013-2014, la Société a dû mettre en œuvre des mesures visant à réduire ses dépenses de 5 millions de dollars afin d'équilibrer son budget pour 2014-2015.

Ressources financières

Plus de 79 % du financement total provient d'un crédit du gouvernement du Canada; les 21 % restants sont des revenus de provenance non gouvernementale.

Ce tableau illustre la distribution des dépenses de la Société. Le fonctionnement et l'entretien des édifices muséaux absorbent 39 % de ses ressources; 38 % sont affectées aux activités qui sont au cœur de son mandat, c'est-à-dire les activités de collection, de recherche et de diffusion du savoir; 13 % à la gestion de la Société; et 10 % aux activités génératrices de recettes, incluant les collectes de fonds, l'exploitation des boutiques et des restaurants, et la location de salles.

RESSOURCES TOTALES DE LA SOCIÉTÉ DE 2014-2015 PAR PROGRAMME



Activités de financement

La collecte de fonds demeure une priorité, mais elle constitue aussi un défi. La Société a développé un plan triennal de collecte de fonds et elle espère tirer profit du lancement du nouveau Musée et des opportunités créées par le renouvellement de son mandat.

Administration

La Société démontre qu'elle est déterminée 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, encourageant l'excellence et adoptant des pratiques exemplaires. Lors de son Examen spécial, le Bureau du vérificateur général du Canada a conclu que la Société a maintenu des systèmes et des pratiques.

FORCES ET FAIBLESSES

Les forces et les faiblesses identifiées dans cette section sont séparées en deux sections. La première est tirée des résultats réels de rendement 2012-2013, fondés sur le Cadre de rapport présenté à la Section 2, Aperçu de la Société. Des détails supplémentaires sont présentés à la Section 4, *Cadre de reddition des comptes et rapport sur la mesure du rendement*.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 - PRÉSENTER LES MUSÉES AUX CANADIENS

Activités de programme : Expositions, éducation et communications ; collection et recherche

FORCES

Sept indicateurs de rendement étaient conformes aux cibles. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce résultat : les nombreuses expositions qui ont voyagé dans l'ensemble du Canada et à l'étranger, la fréquentation sur place et les entrées payées, la fréquentation du Musée virtuel de la Nouvelle-France et des sites Web, la présence des médias et les prêts d'artefacts. Ces résultats ont permis à la Société d'accroître ses efforts pour améliorer sa notoriété et son accessibilité. Ces facteurs ont aussi contribué à la pertinence de la Société à l'échelle nationale et internationale.

FAIBLESSES

Étant donné que tous les objectifs établis ont été atteints, aucune faiblesse n'a été constatée.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 2 - EXCELLENCE ET PERTINENCE MUSÉOLOGIQUES

Activité de programme : Expositions, éducation et communications ; collection et recherche

FORCES

Deux indicateurs de rendement étaient conformes aux cibles. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce résultat : les modules permanents, les expositions temporaires, les principaux projets de recherche et l'acquisition d'artefacts permettant à la Société d'élargir ses collections nationales et les recherches des conservateurs en vue de mieux présenter les récits, les réalisations et les symboles nationaux.

FAIBLESSES

Un indicateur de rendement n'était pas conforme à la cible. Le nombre d'artefacts acquis n'a pas atteint la cible annuelle. La cible avait été fixée en s'appuyant sur les tendances historiques; elle doit maintenant être révisée de façon à aligner les activités de recherche sur le passage au Musée canadien de l'histoire, la Stratégie de recherche et le futur Plan de collectionnement.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 3 - SE CONCENTRER SUR LES RÉSULTATS

Activité de programme : Gestion de la Société ; locaux

FORCES

Trois indicateurs de rendement étaient conformes aux cibles. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce résultat : le nombre de mesures de suivi préconisées par les recommandations découlant des vérifications. Ces mesures évoluent tel que prévu et ont permis à la Société de continuer d'appliquer des pratiques de gestion rigoureuses. Cela a aussi permis d'établir des rapports détaillés sur les programmes et les résultats.

FAIBLESSES

Un indicateur de rendement n'était pas conforme à la cible. Cela peut s'expliquer par le report du projet de mezzanine des collections. Ce projet d'immobilisations a été reporté à l'exercice financier 2013-2014.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 4 - FINANCEMENT ET COLLECTE DE FONDS

Activité de programme : Gestion de la Société

FORCES

Un indicateur de rendement était conforme à la cible. Cela a permis à la Société d'augmenter ses ressources financières par l'intermédiaire de diverses sources supplémentaires, telles que les commandites et les ententes de collaboration.

FAIBLESSES

Un indicateur de rendement n'était pas conforme à la cible. Les activités de collecte de fonds demeurent un défi pour la Société. Les cibles ont été ajustées pour l'exercice financier 2013-2014.

PERSPECTIVES ET EMBÛCHES

Cette section présente un survol des principales opportunités et menaces auxquelles la Société s'attend à devoir faire face au cours de la période de planification.

Commémorations

Le 150^e anniversaire du Canada (2017) est l'occasion de sensibiliser le pays à son histoire, de faire participer la population, d'obtenir l'appui des secteurs public et privé et d'augmenter les activités de collaboration et de sensibilisation. Ce moment marquant sera célébré par des expositions telles que **Terry Fox, 1867, Empress of Ireland** et **Canada 150**, y compris par l'organisation d'expositions itinérantes, de programmes et d'activités dans des installations régionales de l'ensemble du pays et à l'étranger. La commémoration du centenaire de la Première Guerre mondiale occupera une place toute aussi importante. Les expositions liées à cet anniversaire sont : **Paix, 1763, La Première Guerre mondiale dans les airs, Les femmes et la Guerre** et **Conflit et Vimy : L'exposition sur la Première Guerre mondiale**. En plus des expositions permanentes, temporaires et itinérantes organisées à l'occasion du centenaire, la Société envisage des projets, des publications et des activités sur le Web.

Pressions financières

L'escalade des frais fixes non discrétionnaires, particulièrement ceux du gaz et de l'électricité, les paiements en remplacement d'impôts (PERI) et les réparations requises par les deux édifices, en particulier au Musée de l'histoire qui en est à sa 25^e année de fonctionnement, constituent toujours des défis. Conjugués à des réductions de financement survenues pendant les exercices (p. ex. l'Examen stratégique de 2008-2009 et la Réforme des acquisitions), ces frais ont de graves répercussions sur le fonctionnement et la gestion de la Société.

Compte tenu de l'augmentation des frais fixes, la Société a mis en place un plan visant à réduire les pressions financières, tout en s'efforçant de continuer d'offrir des programmes et des expositions dont la qualité est à la hauteur des attentes des visiteurs et de demeurer l'un des musées les plus respectés du Canada. Dans le cadre de l'examen de ses activités, le Musée a établi les mesures précises qu'il compte mettre en place pour combler l'écart actuel entre les dépenses prévues et les recettes attendues. Chaque mesure a été analysée avec soin afin que le mandat principal de l'organisation soit protégé et que les répercussions sur les employés touchés et les visiteurs soient maintenues au minimum. Le plan financier a été mis en œuvre en 2013-2014.

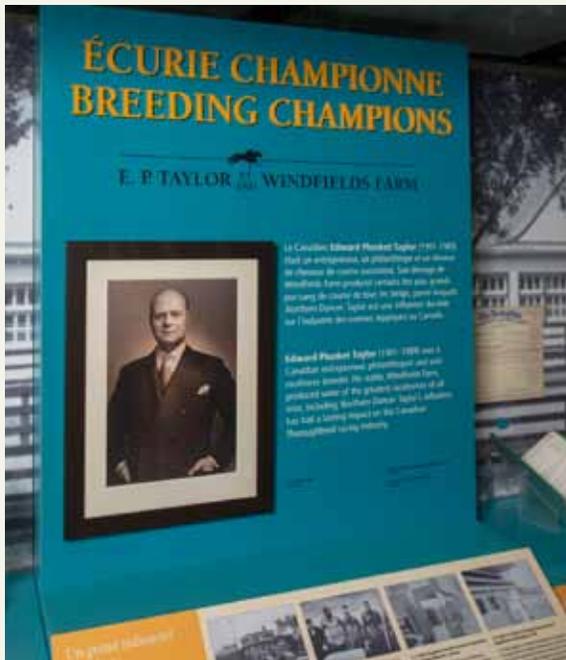
Installations

La Société gère deux biens importants : les édifices du Musée canadien de l'histoire et du Musée canadien de la guerre. Les deux édifices abritent également des trésors canadiens inestimables qui doivent être maintenus dans des conditions environnementales spécifiques afin d'assurer leur conservation pour les générations futures. De nombreuses composantes de l'édifice du Musée canadien de l'histoire approchent la fin de leur cycle de vie. La Société continuera d'être financièrement prudente tout en assurant la santé et la sécurité des visiteurs et du personnel.

Activités génératrices de recettes et collectes de fonds

Recettes gagnées

Les recettes commerciales, qui incluent les droits d'entrée, les frais de stationnement, la location de salles, les ventes des boutiques et les cotisations des membres et qui représentent 14 millions de dollars chaque année, sont essentielles à la mise en œuvre des priorités opérationnelles et à la viabilité. Elles permettent d'établir des relations avec des sociétés, des fondations et des associations dans les secteurs public et privé en vue d'obtenir un appui pour les expositions temporaires, les collections, la conservation, l'éducation et les programmes publics. Elles dépendent grandement de l'achalandage et sont directement influencées par le marché du tourisme. Pour réduire ce risque de diminution de la fréquentation et des recettes, la Société doit maintenir ses investissements et son flot actuel de visiteurs, et également attirer de nouveaux publics.



Exposition:
Écurie championne - E.P. Taylor et Windfields Farm
MCH, Steven Darby IMG2014-0023-0003-Dm



L'esprit de Haida Gwaii par Bill Reid
MCH, Steven Darby IMG2009-0286-0001-Dm

La Société continuera de chercher à réduire ses coûts, à créer des programmes et des activités qui lui permettront d'accroître son rayonnement dans une société en constante évolution et à ajuster ses recherches sur les clientèles de visiteurs, son marketing et sa programmation, de façon à rester concurrentielle et pertinente, et à demeurer une destination pertinente et de choix sur le marché des loisirs et de l'éducation. Ainsi, elle participera à des événements commémoratifs comme le centenaire du début de la Première Guerre mondiale et le 150^e anniversaire du Canada. Ces commémorations et les activités connexes mettront en valeur et feront la promotion de l'histoire du Canada et du rôle que ces événements continuent de jouer dans le quotidien du pays. Les projets incluent des expositions temporaires et itinérantes, des activités connexes ainsi que des collaborations possibles et des collectes de fonds.

Revenus d'apport

La Société s'est employée à établir un groupe cadre de donateurs ayant à cœur ses programmes et ses activités. Leurs contributions ont bénéficié aux programmes pour l'enfance et la jeunesse, et ont permis l'acquisition d'artefacts importants. Toutefois, le récent ralentissement a eu des répercussions négatives sur les dons, les commandites et les collectes de fonds, qui ne sont pas à l'abri des caprices de l'économie régionale et nationale. La Société connaît aussi une vive concurrence sur le plan des dons philanthropiques, notamment de la part des universités, des hôpitaux et d'autres institutions d'Ottawa-Gatineau. Les résultats des collectes de fonds sont également limités par la taille relativement modeste de la communauté d'affaires et des fortunes personnelles dans la région de la capitale nationale, en comparaison avec celles de villes comme Toronto, Montréal et Calgary.

Les commandites d'entreprise, les ententes de collaboration, les activités de financement et la philanthropie contribuent à sensibiliser le public. En effet, ces activités offrent des occasions de susciter l'intérêt de nouveaux publics et de dirigeants d'entreprises et d'organisations communautaires. Le Plan triennal de collecte de fonds amorcé en 2012-2013 continue d'être axé sur l'intensification du soutien provenant du secteur privé dans quatre domaines d'activités clés : les dons majeurs, les dons annuels, les commandites et les dons planifiés.

La Société développe actuellement une nouvelle campagne de collecte de fonds pour le projet de la Salle de l'histoire canadienne. Elle cherche également à accroître sa portée dans l'ensemble du pays par l'intermédiaire d'activités comme :

- La campagne de la Première Guerre mondiale;
- Le 150^e anniversaire de la Confédération;
- Des campagnes de publipostage direct; et
- Des efforts accrus pour chercher des donateurs et des partenaires potentiels.

Le Fonds de la collection nationale a été inauguré en 2006 dans le but de contribuer à l'acquisition d'artefacts. L'engagement à l'égard du Fonds de la collection nationale va continuer à être évalué par le Musée afin de montrer l'importance et l'utilité des collectes de fonds et d'accroître les collections à l'intention des Canadiens et des futures générations. L'assistance du gouvernement sera néanmoins requise dans certaines circonstances pour permettre l'acquisition d'artefacts d'importance nationale particulièrement rares.

Diffusion

La Société continue d'étendre l'accès national et international à ses expositions, à ses collections et à son expertise professionnelle. Au fil des ans, la Société a dû élargir sa quête de visiteurs et sa présence dans l'ensemble du Canada. La nouvelle stratégie nationale de sensibilisation devrait rejoindre les Canadiens d'un océan à l'autre.

Les expositions temporaires permettent aux musées nationaux et internationaux de faire connaître leur histoire et leur culture aux Canadiens et facilitent l'établissement de relations et d'ententes de collaboration. Au cours des prochaines années, le Musée canadien de la poste, d'une superficie de 7 500 pieds carrés, sera transformé en un espace consacré aux expositions temporaires sur l'histoire du Canada. Le changement de vocation dont fera l'objet cet espace d'exposition permettra de présenter en détail des sujets propres à l'histoire canadienne, ainsi que des expositions provenant de musées de partout au pays. De plus, la Société dirige actuellement la mise en place d'un réseau pancanadien de musées qui favorisera la production d'expositions axées sur l'histoire canadienne et qui les rendra plus accessibles.

Comme indiqué dans le budget de 2014, le financement et la responsabilité pour le Musée virtuel du Canada et le travail en ligne de référence seront transférés au Musée canadien de l'histoire. Ce transfert se compose de financement de 6,2 millions de dollars par année pour le Musée virtuel du Canada et 2,1 millions de dollars par année pour les travaux de référence en ligne.

Ressources humaines

Compte tenu de la modeste réserve de personnel muséal spécialisé, du vieillissement de la main-d'œuvre locale et de la concurrence de la fonction publique fédérale, il deviendra plus difficile, pour la Société, de recruter du personnel et de le conserver. Les activités particulières de formation de la relève se poursuivront.

Les relations de travail restent proactives avec les syndicats, la Fonction publique du Canada et l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada afin d'aborder et de résoudre les problèmes ponctuels, ainsi que pour entretenir un climat de travail sain, professionnel et positif. La négociation réussie d'une nouvelle convention collective avec l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada porte sur une période de quatre ans et respecte les accords comprenant des points de référence, dont l'élimination de l'accumulation d'indemnités de départ dans les cas de départ volontaire. Pendant l'été 2013, l'Alliance de la Fonction publique du Canada a signé une convention collective triennale assortie des mêmes paramètres.

Recherche et collections

C'est grâce à la recherche et aux collections que les visiteurs sont en mesure de mieux connaître les événements, les personnes, les moments et les objets importants qui ont façonné l'histoire du Canada. Une présentation renouvelée de l'histoire du Canada permettra à la Société d'étudier et de montrer les principaux thèmes, les événements majeurs et les individus qui ont contribué à l'édification du pays. L'approche des Musées en matière de recherche respecte les grands principes suivants : responsabilité, pertinence, inclusivité et crédibilité.



MCG, William Kent CWM1989-0278-003a



Namaxsala par Mary-Anne Barkhouse
MCH, Ryan McCosham IMG2013-0156-0016-Dm

La Stratégie de recherche est la première stratégie conjointe produite par le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre. Elle guidera l'ensemble des offres et les activités principales des Musées. Cette initiative orientera et coordonnera les activités de recherche des deux Musées pendant dix ans. Elle guidera et orientera les sujets et les types d'éléments matériels étudiés, recueillis et diffusés, et elle fera office de véhicule principal en matière de coopération et de communication. La Stratégie est orientée autour de trois thèmes principaux :

- Signification et mémoire;
- Les Premiers Peuples; et
- Compromis et conflit.

Conjointement, ces thèmes établissent l'orientation stratégique et les priorités, ainsi que les objectifs et des exemples sélectionnés de résultats mesurables.

Patrimoine autochtone

La Société tient un discours respectueux et ouvert, et mène des consultations appropriées sur les sujets d'intérêt pour les Premiers Peuples et d'autres Canadiens, y compris le rapatriement de biens culturels. Les représentants autochtones bénéficient ainsi d'occasions d'examiner les collections associées à leur communauté, de tenir des rituels, entre autres la purification, de discuter de méthodes de conservation des objets avec les responsables des collections et de partager de l'information.

PASSAGE AU MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE

Le passage au Musée canadien de l'histoire constitue une opportunité emballante, mais également un immense défi impliquant la planification, le design et la construction d'une **Salle de l'histoire canadienne** entièrement nouvelle remplaçant la **Salle du Canada et Tête-à-tête : La salle des personnalités canadiennes**.

En vertu du mandat révisé, les expositions et les programmes du Musée feront le récit de l'histoire du Canada et de sa population de manière plus détaillée, inclusive et sincère que jamais auparavant. Cela se fera en accordant une plus grande attention aux individus, aux événements et aux expériences qui ont façonné le développement de notre pays, défini l'expérience canadienne et soutenu notre identité nationale. La Société continuera également de présenter des expositions spéciales explorant l'histoire et les cultures mondiales, et des expositions permanentes éclairant les réalisations historiques et les contributions continues des Premiers Peuples du Canada.

Le budget total de la **Salle de l'histoire canadienne** est de 30 millions de dollars. Le gouvernement du Canada a généreusement annoncé un investissement unique de 25 millions de dollars pour sa planification, son design et sa construction. Le Musée se tourne maintenant vers le secteur privé pour recueillir les 5 autres millions.

Le passage au Musée canadien de l'histoire est à grande échelle, tant en taille qu'en portée, en ce sens qu'il va bien au-delà de la transformation majeure d'une aire d'exposition. Il implique de nombreux autres éléments, notamment la recherche, le développement des collections, la création de programmes éducatifs et publics, ainsi que la prise en compte du nouveau nom et mandat dans l'identité visuelle, les stratégies de communication, les politiques et les procédures.

La Salle de l'histoire canadienne

Représentation permanente du nouveau mandat et image du Musée, la **Salle de l'histoire canadienne** totalisera près de 45 000 pieds carrés d'expositions permanentes se fondant sur les recherches savantes les plus avancées, l'imposante collection nationale du Musée et des partenariats avec d'autres institutions. Elle prendra place par étapes au cours des trois prochaines années, et sera terminée à temps pour les célébrations du 150^e anniversaire de la Confédération. La **Salle de l'histoire canadienne** relatera à tous les Canadiens – et au monde entier – l'histoire du Canada, de la fin de la dernière période glaciaire jusqu'à nos jours. Elle répondra aux questions : Qui sont les Canadiens? D'où viennent-ils? Où vont-ils?

Le personnel du Musée, dirigé par l'équipe principale de la **Salle de l'histoire canadienne**, a élaboré un synopsis pour guider le design et le développement des expositions permanentes, ainsi que les programmes, les sites

Web et les autres offres muséales qui en découleront.

Au cours des trois prochaines années, la **Salle de l'histoire canadienne** sera un facteur important pour définir la politique de collectionnement, les ententes de partenariat et la planification stratégique du Musée.

Se déployant progressivement au fil des trois prochaines années, la moitié de l'espace permanent de l'ancien Musée canadien des civilisations – deux des quatre étages – deviendra l'exposition la plus détaillée sur l'histoire canadienne jamais conçue. La **Salle de l'histoire canadienne** – auparavant la **Salle du Canada et Tête-à-tête : La salle des personnalités canadiennes** – couvrira 12 000 ans d'histoire, de l'arrivée des premiers humains jusqu'à nos jours. La Salle de l'histoire canadienne abordera toutes les facettes de l'activité humaine canadienne : les arts et les lettres, les sports et les loisirs, les affaires et le travail, les croyances spirituelles, l'économie et la politique. Elle relatera à tous les Canadiens – et au monde – le récit national du Canada, s'intéressant aux événements et aux personnalités qui ont façonné notre pays.

Le conseil d'administration, avec l'appui du Groupe de travail de la Salle de l'histoire canadienne, fournira de l'orientation, de la supervision et du soutien dans le développement du projet. Le conseil d'administration rend compte au Parlement par l'entremise de la ministre de Patrimoine canadien et des Langues officielles. Le conseil d'administration a 11 membres qui proviennent de chaque région du pays avec des résumés diversifiés.

Le directeur rend compte au conseil d'administration de la supervision du projet de transformation. La coordination globale et l'orientation relèveront du Groupe de travail de la **Salle de l'histoire canadienne**, un comité interne présidé par le directeur du Musée. L'équipe de haute direction est également responsable de veiller à la coordination des communications internes et externes, au Réseau du Musée de l'histoire, aux consultations externes et à la mise en œuvre de pratiques de gestion du risque et d'évaluation appropriées dans l'ensemble du projet.

L'équipe de projet de la Salle de l'histoire canadienne, dirigée par le vice-président Recherche et Expositions du Musée et directeur général du Musée canadien de l'histoire, supervise deux composantes : la recherche et le développement du contenu, et la gestion globale du projet. Elle facilite également l'implication de spécialistes en muséologie de partout au pays.



Exposition:
Empress of Ireland - Le Titanic canadien
MCH, Steven Darby IMG2014-0126-0001-Dm



MCG, Mark Holleron CWM2014-0015-0113-Dm

Expositions temporaires

Voisine de la **Salle de l'histoire canadienne**, une nouvelle galerie de 4 300 pieds carrés – correspondant à l'ancien Musée canadien de la poste – sera dédiée à la présentation d'expositions provenant d'un réseau de musées de partout au pays. Dirigé par le Musée canadien de l'histoire, ce réseau facilitera le partage d'expositions, d'artefacts et de connaissances, dans le but de stimuler un sens commun de l'identité selon des perspectives nationales et régionales. Déjà sept musées représentant sept provinces se sont engagés à collaborer. Le réseau demeure ouvert et devrait s'étendre.

Ces nouvelles galeries complèteront les actuelles **Grande Galerie et Salle des Premiers Peuples**, garantissant que ne s'étiolent pas l'accent mis par le Musée sur l'histoire et les contributions continues des Premiers Peuples du Canada. Le Musée continuera également de présenter des expositions internationales de musées de partout dans le monde et le populaire Musée canadien des enfants ne sera pas affecté par ce changement.

Consultations publiques

Après que le gouvernement eut annoncé son intention de créer le Musée canadien de l'histoire, et pour en apprendre davantage sur ce que pensaient les Canadiens de l'histoire et sur les événements de l'histoire du pays qu'ils considéraient importants, le Musée a lancé le projet *Mon musée d'histoire* le 16 octobre 2012. Il a retenu Lord Cultural Resources pour concevoir et planifier un exercice de participation du public axé sur les objectifs suivants :

- Promouvoir l'engagement du Musée canadien de l'histoire à susciter la participation de tous les Canadiens;
- Demander à la population canadienne de quelles façons le Musée peut avoir un sens pour tous et toutes, quel que soit leur lieu de résidence;
- Découvrir les événements, époques, mouvements, objets, histoires, changements et personnages que les divers segments de la population canadienne considèrent comme les plus importants et ayant façonné notre pays.

Les Canadiens de partout au pays ont été invités à réfléchir aux questions suivantes : « Si vous deviez ouvrir un musée canadien d'histoire nationale, quels éléments y incluriez-vous? De quelle façon joindriez-vous les Canadiens d'un bout à l'autre du pays? ». Tous les efforts ont été faits pour inviter à participer des individus de divers antécédents linguistiques et culturels. Pour attirer et motiver autant d'individus que possible, il y avait six façons de participer au projet :

- Site Web interactif,
- Sondages;
- Tribunes d'experts et tables rondes;
- Rencontres de petits groupes structurés;
- Activités en personne en kiosque; et
- Sondage de l'opinion publique :

Du 16 octobre 2012 au 28 février 2013, plus de 24 000 personnes ont participé au projet *Mon musée d'histoire*. Le rapport qui a été produit documente clairement la passion et l'intérêt qu'ont les Canadiens pour notre histoire et constitue une source incroyablement riche d'informations qui seront extrêmement utiles au personnel du Musée pour la planification de la nouvelle **Salle de l'histoire canadienne**. Il reste maintenant à créer une galerie thématique qui sera à la hauteur des attentes exprimées lors des consultations.

4.

CADRE DE REDDITION DES COMPTES ET RAPPORTS SUR LA MESURE DU RENDEMENT



L'Étoile du matin par Alex Janvier
MCH, Harry Foster
IMG2009-0085-0001-Dm

APERÇU

Tel qu'indiqué dans le diagramme de la Section 2, *Aperçu de la Société*, le Musée a aligné ses plans, ses activités, ses objectifs de rendement, ses dépenses et ses rapports avec le mandat dont l'a investi le Parlement et les orientations stratégiques établies par le conseil d'administration. Depuis la mise en application d'un cadre de mesure du rendement en 2011, la mesure du rendement fait partie intégrante de la planification ainsi que des rapports trimestriels destinés au conseil d'administration, au Plan d'entreprise et au Rapport annuel. Cette section fournit des détails sur le cadre, qui se fonde sur l'architecture d'harmonisation des programmes et les orientations stratégiques déterminées par le conseil d'administration et reflète l'analyse présentée dans la Section 3, *Enjeux stratégiques*.

ARCHITECTURE D'ALIGNEMENT DE PROGRAMME

Les « Programmes » entièrement intégrés sont stratégiquement conçus pour contribuer à l'accomplissement du mandat de la Société en vertu de la *Loi sur les musées*. Si des ajustements sont nécessaires en raison de la transition vers le Musée canadien de l'histoire, ils seront effectués au cours de l'exercice 2014-2015. Les quatre principaux programmes et sous-programmes s'établissent comme suit :

RÉSULTAT STRATÉGIQUE

Favoriser la connaissance, l'appréciation et le respect des réalisations culturelles humaines et du comportement humain ainsi que l'intérêt à leur égard, grâce à des collections d'objets historiques et culturels, des expositions, des programmes et des recherches reflétant un point de vue canadien.

PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES	RÉSULTATS ATTENDUS	RÉSULTATS CLÉS
<p>Exposition, éducation et communication</p> <p>La Société encourage les Canadiens à connaître, comprendre et apprécier l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique de leur pays. La Société développe et communique le savoir et l'expertise, et accroît la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de ses recherches, de ses expositions, de ses programmes éducatifs et de ses publications.</p>	<p>Expositions</p> <p>Programmes</p> <p>Publications</p> <p>Communications</p>	<p>La Société développe et communique le savoir et l'expertise, et accroît la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de ses recherches, de ses expositions, de ses programmes éducatifs et de ses publications.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des expositions qui améliorent la compréhension et la connaissance de l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique, principalement celle du Canada. • Des programmes publics et des activités de diffusion conçus pour communiquer des connaissances sur l'histoire du Canada et sur les cultures canadiennes et mondiales. • Des publications imprimées et électroniques qui communiquent le savoir, les connaissances spécialisées et les résultats des recherches. • Une connaissance accrue des activités des trois musées nationaux de la part de publics du Canada et de l'étranger.
PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES	RÉSULTATS ATTENDUS	RÉSULTATS CLÉS
<p>Collection et recherche</p> <p>La Société acquiert des artefacts dans huit disciplines, réalise de la recherche fondamentale et préserve les collections pour les générations futures par l'entremise d'initiatives de conservation et en fournissant les conditions d'entreposage appropriées et adéquates. La Société acquiert des collections afin de préserver, effectuer des recherches et documenter l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique qui représente le patrimoine, l'histoire et l'identité du Canada.</p>	<p>Collections</p> <p>Recherche</p> <p>Bibliothèque et archives</p>	<p>La Société acquiert des collections pour préserver l'histoire sociale, culturelle, humaine, militaire et politique du Canada, poursuivre des recherches à son sujet et la documenter, afin d'en refléter le patrimoine, l'histoire et l'identité.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des collections nationales qui sont un reflet du Canada et du monde. • La création d'un savoir et de données publiques qui accroissent la compréhension du patrimoine canadien et orientent les politiques. • L'acquisition, la préservation et l'accès au savoir essentiel à la compréhension des collections d'artefacts canadiens et des preuves intangibles de l'histoire et de l'identité.
PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES	RÉSULTATS ATTENDUS	RÉSULTATS CLÉS
<p>Gestion de la Société</p> <p>La Société assure une saine gouvernance de même qu'une gestion efficace et efficiente de ses ressources humaines et financières, et génère des recettes externes qui contribuent à l'exécution de son mandat. De plus, la Société veille à ce que ces ressources soient développées, canalisées, administrées et contrôlées de manière efficace.</p>	<p>Activités génératrices de recettes</p> <p>Services de la Société</p> <p>Gouvernance</p>	<p>La Société veille à ce que les ressources soient développées, dirigées, administrées et contrôlées efficacement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des contributions nettes au financement de la Société par l'entremise de services commerciaux. • Des contributions philanthropiques et des commandites qui s'ajoutent au financement. • L'amélioration du rendement de la Société et le respect des prescriptions de la loi. • Développer un réseau d'ententes de collaboration axé sur les résultats. • S'acquitter du mandat public avec légitimité, responsabilité et efficacité.

PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES	RÉSULTATS ATTENDUS	RÉSULTATS CLÉS
<p>Locaux</p> <p>La Société s'assure que ses installations sont sécuritaires, adaptées à la préservation et à l'exposition de la collection nationale, facilement accessibles au public, et sécuritaires pour ses visiteurs et ses employés</p>	<p>Gestion des installations</p> <p>Projets d'immobilisations</p>	<p>La Société offre des installations sécuritaires et adaptées, qui sont facilement accessibles au public et qui permettent de préserver et d'exposer les collections nationales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le fonctionnement quotidien des lieux physiques de la Société, leur entretien et leur amélioration à plus long terme. • Des réparations majeures, le remplacement ou l'amélioration des lieux physiques et des installations de la Société.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 : PRÉSENTER LES MUSÉES AUX CANADIENS

La Société accroîtra ses efforts pour devenir mieux connue, plus accessible et de plus en plus pertinente dans toutes les régions du Canada et à l'échelle internationale au moyen d'initiatives muséales novatrices et attirantes, ainsi que par des programmes de diffusion.

Programmes connexes : Collection et recherche; exposition, éducation et communication.

Résultats attendus

Exposition, éducation et communication : La Société développe et communique le savoir et l'expertise, et accroît la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de ses recherches, ses expositions, ses programmes éducatifs et ses publications.

Collection et recherche : La Société acquiert des collections pour préserver l'histoire sociale, culturelle, humaine, militaire et politique du Canada, poursuivre des recherches à son sujet et la documenter, afin d'en refléter le patrimoine, l'histoire et l'identité.

Priorités de la période de planification

1. Accroître la portée et l'ampleur du programme des expositions itinérantes, comme la conception de nouvelles catégories de présentoirs et d'expositions et l'élaboration d'approches axées sur la collaboration avec d'autres institutions;
2. Utiliser des outils en ligne pour joindre de plus vastes publics. Le site Web de la Société deviendra une nouvelle plateforme pour les publications savantes électroniques et fera usage de techniques éprouvées pour les échanges sociaux et interactifs;
3. Consolider le marketing national et les relations avec les médias pour promouvoir les activités dans des collectivités à travers le pays.

Cadre de mesure du rendement et rapports

Résultats et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 RÉSULTATS	2012-2013 CIBLE ANNUELLE	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE	2015-2016 CIBLE ANNUELLE	2016-2017 CIBLE ANNUELLE	2017-2018 CIBLE ANNUELLE	2018-2019 CIBLE ANNUELLE
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION								
1. Nombre de nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes.	MCH : 19	MCH : 14	MCH : 16					
	MCG : 4	MCG : 3	MCG : 4					
2. Fréquentation des Musées (en milliers).	MCH : 1 191	MCH : 1 225	MCH : 1 200	MCH : 1 200	MCH : 1 250	MCH : 1 200	MCH : 1 300	MCH : 1 300
	MCG : 451	MCG : 450	MCG : 450	MCG : 425	MCG : 450	MCG : 450	MCG : 450	MCG : 450
3. Entrées payées (en milliers).	MCH : 496	MCH : 525	MCH : 505	MCH : 505	MCH : 525	MCH : 505	MCH : 550	MCH : 550
	MCG : 223	MCG : 230	MCG : 225	MCG : 205	MCG : 215	MCG : 215	MCG : 215	MCG : 215
4. Nombre de pages visitées sur le site Web du MVNF (en milliers).	796	260	449	600	618	636	636	636
5. Nombre de pages visitées sur le site Web (en milliers).	MCH : 8 991	MCH : 8 736	MCH : 8 991	MCH : 9 268	MCH : 9 546	MCH : 9 832	MCH : 9 832	MCH : 9 832
	MCG : 3 931	MCG : 3 816	MCG : 3 921	MCG : 4 048	MCG : 4 170	MCG : 4 295	MCG : 4 295	MCG : 4 295
6. Nombre de reportages et d'articles dans les médias sur les deux Musées.	MCH : 3 211	MCH : 2 000						
	MCG : 2 859	MCG : 2 000						
7. Nombre d'artefacts prêtés.	MCH : 1 400	MCH : 1 200						
	MCG : 457	MCG : 400						

Faits saillants du rendement - 2012-2013

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 EXEMPLES DE RÉSULTATS
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION	
Nombre de nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Coup de patin! La passion canadienne pour le patinage : Peterborough Museum and Archives - 5 janvier 2013 • Profit et ambition - La traite des fourrures au Canada, 1779-1821 : Red Deer Museum and Art Gallery - 29 septembre 2012 • Du coq à l'âme - L'art populaire au Québec : Musée des beaux-arts de Sherbrooke - 20 octobre 2013 • La Marine - L'œuvre d'un siècle : Royal BC Museum - 27 janvier 2013
Fréquentation des Musées.	<ul style="list-style-type: none"> • MCH : 1 191 000 • MCG : 451 000
Entrées payées.	<ul style="list-style-type: none"> • MCH : 496 000 • MCG : 223 000
Nombre de pages visitées sur le site Web du MVNF.	<ul style="list-style-type: none"> • 796 000
Nombre de pages visitées sur le site Web.	<ul style="list-style-type: none"> • 12 922 000
Nombre de reportages et d'articles dans les médias sur les deux Musées et sur la Société.	<ul style="list-style-type: none"> • L'annonce concernant la création du Musée canadien de l'histoire, le lancement du site Web Mon Musée d'histoire, les représentants du Musée se rendant dans six villes canadiennes pour les consultations publiques et les entrevues avec des représentants du Musée ont généré 77 articles. • La collection Empress of Ireland a rejoint un public de 138 000 personnes. • 1812 a généré 125 articles et rejoint approximativement 7,2 millions de personnes. • World Press Photo présenté au Musée de la guerre au mois d'août, a généré 43 articles régionaux avec un auditoire de 1,6 millions de personnes.
Nombre d'artefacts prêtés. <i>Note : Sont comptabilisés seulement les artefacts de la collection nationale qui sont présentement en circulation dans le cadre d'un prêt, peu importe sa durée.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sam Noble Museum, Oklahoma - Une importante collaboration internationale avec le Sam Noble Museum pour présenter des artefacts. • 7 œuvres d'art des Premières Nations sont prêtées au De Nieuwe Kerk d'Amsterdam aux Pays-Bas. • Smithsonian Institution (National Portrait Gallery) à Washington, DC - Redingote d'un soldat de la milice de New York datant environ de la guerre de 1812 pour leur exposition sur le bicentenaire de ce conflit. • Un uniforme, des médailles et d'autres souvenirs sont prêtés au Billy Shop Museum d'Owen Sound (Ontario). • Demandes de prêt de la Place du Canada à Vancouver, du Parlement, du Musée Huron Wendat et de la Beaverbrook Art Gallery.

Faits saillants du rendement – Objectifs de rendement futur pour 2013-2014

INDICATEURS DE RENDEMENT	2013-2014 EXEMPLES DE RÉSULTATS
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION	
<p>Nombre de nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Profit et ambition – La traite des fourrures au Canada, 1779-1821 : Exposition sur les nombreux rôles joués par les groupes ethniques et sociaux liés à la Compagnie du Nord-Ouest. Esplanade Arts & Heritage Centre, Medicine Hat. Fin de la tournée. • Top Secret – Opération jouets : Cette exposition s'inspire du style et du langage des livres et films d'espionnage. Les enfants peuvent découvrir des jouets et des jeux du monde entier. Musée minéralogique et minier, Thetford Mines (Québec). • La Marine – L'œuvre d'un siècle : L'exposition marque le 100^e anniversaire de la fondation de la Marine canadienne et présente des œuvres de plusieurs peintres de guerre canadiens de renom. The Reach Gallery Museum, Abbotsford (Colombie-Britannique). • 1812 : Une exposition sur la guerre de 1812. Arthur Child Heritage Museum, Gananoque (Ontario).
<p>Fréquentation des Musées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MCH : 1 200 000 • MCG : 450 000
<p>Entrées payées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MCH : 505 000 • IMAX : 210 000 • MCG : 225 000
<p>Nombre de pages consultées sur le site Web du MVNF.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation du contenu pour faire du Musée virtuel de la Nouvelle-France une expérience en ligne entièrement autonome. • Développer le contenu des programmes scolaires. Révision du contenu dans le contexte du Canada 150. • Mesure d'optimisation de l'engin de recherche. • Nouveau texte et images ajoutés pour cette année.
<p>Nombre de pages visitées sur le site Web.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une réduction de 10 à 15 pour cent par rapport aux cibles de visites est anticipée en raison du renouvellement du site Web et du contrôle de navigation qui devraient réduire le nombre de visites multiples. • De nouveaux projets destinés au Web, comme l'exposition Maya et la Guerre de 1812, ont été déterminés en fonction de la planification du travail et des ressources disponibles. • Augmentation prévue en raison du renouvellement du site Web qui a permis d'accroître la notoriété des activités de collecte de fonds et d'introduire une fonctionnalité de billetterie en ligne. • Augmentation prévue du nombre d'expériences autonomes à l'aide d'appareils personnels pouvant être téléchargés en amont à partir du site Web.
<p>Nombre de reportages et d'articles dans les médias sur les deux Musées et sur la Société.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nouvelles expositions, nouveaux programmes et nouvelles activités. • Nouveaux projets de recherche clés. • Nouvelles acquisitions. • Nouvelles ententes de collaboration. • Nouvelles acquisitions.

INDICATEURS DE RENDEMENT

**2013-2014
EXEMPLES DE RÉSULTATS**

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

Nombre d'artefacts prêtés. *Note : Sont comptabilisés seulement les artefacts de la collection nationale qui sont présentement en circulation dans le cadre d'un prêt, peu importe sa durée.*

- Bureau du premier ministre, Canada – Artefacts d'une grande importance historique. Sur une base rotationnelle de 6 à 12 mois. Début en décembre 2011. Sans échéance prévue.
- Vancouver Art Gallery – Sculptures et peintures de l'artiste haïda Charles Edenshaw, pour une exposition d'envergure sur son influence.
- Astrolabe du voyage de Champlain à Pembroke et Amprior pour la commémoration de Champlain.
- La Winnipeg Art Gallery a emprunté quatre peintures à l'huile pour leur exposition « 100 Masters; Only In Canada ».
- Le Memorial Museum, Passchendaele, en Belgique a emprunté des insignes de coiffure de la Première Guerre mondiale et des trousseaux de soldats pour leur affichage sur la bataille.

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement futur, 2014-2019

INDICATEURS DE RENDEMENT

**2014-2019
EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES**

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Nombre de nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes.

- 2014-2015**
- **Estampes inuites** : Exposition sur l'influence des estampes inuites sur l'art japonais. Musée des maîtres et artisans du Québec, Montréal (Québec).
 - **Coup de patin! La passion canadienne pour le patinage** : Une exposition en 2D sur l'histoire du patinage. Musée Héritage Museum, St-Albert (Alberta) (du 3 septembre au 3 novembre 2013). Stratford Perth Museum, Stratford (Ontario).
 - **Expédition : L'Arctique** : Exposition sur l'expédition en Arctique. Exploration Place, Prince George (Colombie-Britannique).
 - **1812** : Une exposition en 2D sur la guerre de 1812. Vancouver Island Military Museum, Nanaimo (Colombie-Britannique).
- 2015-2016**
- **1812** : Une exposition en 2D sur la guerre de 1812. Ministry of Forests, Lands & Natural Resources Operations, Victoria (Colombie-Britannique) (du 1^{er} juillet 2015 au 30 août 2015).
- 2016-2019**
- Aucune exposition itinérante n'est prévue pour l'instant.

Fréquentation des Musées.

- 2014-2015**
- MCH : 1 200 000
 - MCG : 425 000
- 2015-2016**
- MCH : 1 250 000
 - MCG : 450 000
- 2016-2017**
- MCH : 1 200 000
 - MCG : 450 000
- 2017-2018**
- MCH : 1 300 000
 - MCG : 450 000
- 2018-2019**
- MCH : 1 300 000
 - MCG : 450 000

INDICATEURS DE RENDEMENT	2014-2019 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES
Entrées payées.	<p>2014-2015</p> <ul style="list-style-type: none"> • MCH : 505 000 • IMAX : 180 000 • MCG : 205 000 <p>2015-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • MCH : 525 000 • IMAX : 180 000 • MCG : 215 000 <p>2016-2017</p> <ul style="list-style-type: none"> • MCH : 505 000 • IMAX : 180 000 • MCG : 215 000 <p>2017-2018</p> <ul style="list-style-type: none"> • MCH : 550 000 • IMAX : 200 000 • MCG : 215 000 <p>2018-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • MCH : 550 000 • IMAX : 200 000 • MCG : 215 000
Nombre de pages consultées sur le site Web du MVNF.	<p>2014-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer un contenu pour des programmes scolaires et examiner le contenu en vue de Canada 150. • Respecter les directives Web du Secrétariat du Conseil du Trésor.
Nombre de pages visitées sur le site Web.	<p>2014-2015</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmenter le taux de conversion en ligne de l'utilisateur. • Développer la recherche fédérée. • Améliorer l'expérience de l'utilisateur en ligne. <p>2015-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmenter le taux de conversion en ligne de l'utilisateur. <p>2014-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respecter les directives Web du Secrétariat du Conseil du Trésor.
Nombre de reportages et d'articles dans les médias sur les deux Musées et sur la Société.	<p>2014-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nouvelles expositions, nouveaux programmes et nouvelles activités. • Nouveaux projets de recherche clés. • Nouvelles acquisitions. • Nouvelles ententes de collaboration. • Anniversaires importants.

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

Nombre d'artefacts prêtés. Note : Sont comptabilisés seulement les artefacts de la collection nationale qui sont présentement en circulation dans le cadre d'un prêt, peu importe sa durée.

2014-2019

- Bureau du premier ministre, Canada – Artefacts d'une grande importance historique. Sur une base rotationnelle de 6 à 12 mois. Début en décembre 2011. Sans échéance prévue.
- Colline du Parlement, édifice de l'Est, pièces historiques – Bureau de sir John A. MacDonald. Prolongé jusqu'en 2017.
- Princess Patricia's Canadian Light Infantry aux Military Museums, Calgary – De 10 à 20 œuvres d'art originales consacrées au régiment pour célébrer son centenaire. De septembre à novembre 2014.
- Prêt de matériel de la Première Guerre mondiale à des musées militaires au Canada dans le cadre d'un partenariat (à déterminer).

ORIENTATION STRATÉGIQUE 2 : EXCELLENCE ET PERTINENCE MUSÉOLOGIQUES

La Société développera ses collections nationales et les recherches des conservateurs pour mieux refléter et présenter les récits, symboles et réalisations du pays dans leurs dimensions humaine, sociale, culturelle, militaire et politique de la vie au Canada.

Programmes connexes : Collection et recherche; exposition, éducation et communication.

Résultats attendus

Exposition, éducation et communication : La Société développe et communique le savoir et l'expertise, et accroît la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de ses recherches, de ses expositions, de ses programmes éducatifs et de ses publications.

Collection et recherche : La Société acquiert des collections pour préserver l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique du Canada, poursuivre des recherches à son sujet et la documenter, afin d'en refléter le patrimoine, l'histoire et l'identité.

Priorités de la période de planification

1. Identifier les forces et les faiblesses de la collection actuelle. La Société orientera ses stratégies d'acquisitions futures de façon à combler les déficits et à consolider les domaines qui sont sous-représentés;
2. Faire progresser les activités de recherche des conservateurs pour mieux refléter son mandat, en se concentrant sur les domaines exigeant davantage d'attention;
3. Créer des expositions et élaborer des contenus destinés aux publics nationaux et internationaux, qui portent sur des thèmes, des récits, des étapes clés et des personnalités du Canada, de même que sur les dimensions plus vastes de la culture, de l'histoire, de la politique et des modes de vie au Canada et ailleurs dans le monde.

Cadre de mesure du rendement et rapports

Résultats et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 RÉSULTATS	2012-2013 CIBLE ANNUELLE	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE	2015-2016 CIBLE ANNUELLE	2016-2017 CIBLE ANNUELLE	2017-2018 CIBLE ANNUELLE	2018-2019 CIBLE ANNUELLE
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION								
8. Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts.	MCH : 8	MCH : 9	MCH : 8	MCH : 5	MCH : 6	MCH : 4	MCH : 4	MCH : 4
	MCG : 11	MCG : 7	MCG : 7	MCG : 5				
9. Pourcentage de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés.	MCH : 84 %	MCH : 90 %	MCH : 90 %	MCH : 90 %	MCH : 90 %	MCH : 90 %	MCH : 90 %	MCH : 90 %
	MCG : 95 %	MCG : 90 %	MCG : 90 %	MCG : 90 %	MCG : 90 %	MCG : 90 %	MCG : 90 %	MCG : 90 %
10. Nombre d'artéfact acquis.	MCH : 1 340	MCH : 3 000	MCH : 1 500					
	MCG : 905	MCG : 500						

Faits saillants du rendement - 2012-2013

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 EXEMPLES DE RÉSULTATS
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION	
Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts.	<p>PERMANENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> Grande Galerie : L'écran géant (la toile de fond de la Grande Galerie) est remplacé pour des raisons de conservation et de sécurité. Grande Galerie : Nous travaillons sur un nouveau concept pour changer l'intérieur des maisons. <p>TEMPORAIRES</p> <ul style="list-style-type: none"> Une reine et son pays (du 1^{er} juillet 2012 au 6 janvier 2013) : Une exposition temporaire qui a ouvert le 1^{er} juillet 2012 pour souligner le jubilé de diamant de la reine. Les secrets de la civilisation Maya (du 17 mai 2012 au 28 octobre 2012) : Une exposition présentée du point de vue d'une élite maya. 1812 (du 12 juin 2012 au 6 janvier 2013) : Une exposition 2D sur la guerre de 1812. Onze femmes face à la guerre (du 8 février 2013 au 21 avril 2013) : L'exposition Onze femmes face à la guerre raconte le destin de 11 femmes provenant notamment d'Afghanistan, de la Sierra Leone, de la Colombie, des Balkans, d'Israël et des territoires palestiniens. Nick Danziger, photographe de réputation internationale, avait photographié ces femmes en zones de conflit pour illustrer une étude menée par le Comité international de la Croix-Rouge en 2001. Il tenait à savoir ce qu'elles étaient devenues. Dix ans plus tard, il les a donc retrouvées.

INDICATEURS DE RENDEMENT

**2012-2013
EXEMPLES DE RÉSULTATS**

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

Pourcentage de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés.

- Collection de vêtements historiques canadiens – Recherche devant mener à un inventaire complet, un meilleur catalogage et une réorganisation physique de la collection.
- Recherche sur une collection d'artefacts réunie par James Du Pre Alexander, 3e comte de Caledon, pendant qu'il était en poste au Canada de 1838 à 1842.
- Canada 150 : Recherche menant à une exposition historique majeure en 2017 afin de commémorer le 150^e anniversaire de la Confédération. Élaboration du concept préliminaire et sélection des membres du comité consultatif.
- **L'exposition 1812** : Révision du synopsis d'exposition, recherche et sélection d'artefacts.
- **Paix** : Achèvement de toute la recherche et du travail du conservateur, y compris les textes finaux, la recherche et la sélection des artefacts et du matériel multimédia.
- Les Néo-Brunswickois en temps de guerre : Recherche et élaboration du contenu terminé et présentation de l'exposition en décembre.

Nombre d'artefacts prêts. *Note : Sont comptabilisés seulement les artefacts de la collection nationale qui sont présentement en circulation dans le cadre d'un prêt, peu importe sa durée.*

- Collection d'Empress of Ireland : 845 objets.
- Sculptures et objets d'artisanat inuits collectionnés entre 1946 et 1951, Arctique canadien de l'Est.
- Casette ayant appartenu à sir James Grant vers 1890, ancien médecin et député de John A. MacDonald.
- Ensemble de médailles incluant la Croix de Victoria et la capote du soldat John Francis Young, V.C. : Le soldat Young reçut la Croix de Victoria, la plus haute distinction pour bravoure du Commonwealth, pour ses actes héroïques le 2 septembre 1918 lors d'une bataille près de Dury, dans le nord de la France, durant la Première Guerre mondiale.
- Une commission d'officier, un document rare, émise par Isaac Brock en 1812 en vue de la défense du Haut Canada a été acquise.
- Le premier lot d'artefacts d'Afghanistan a été livré par le ministère de la Défense nationale. Les objets sont présentement examinés et évalués en vue de leur inclusion dans la collection nationale.

Faits saillants du rendement – Objectifs de rendement futur pour 2013-2014

INDICATEURS DE RENDEMENT

**2013-2014
EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES**

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts.

- PERMANENTS
- Un nouveau volet d'exposition permanent consacré au front intérieur durant la Première Guerre mondiale, qui est axé sur les débats et l'élection de 1917.
 - **La galerie LeBreton** : ira de l'avant avec l'intégration de composants audio-visuel pendant l'exercice.
- TEMPORAIRES
- **Neige** : Une exposition qui présente l'histoire culturelle de la neige (du 21 novembre 2013 au 7 septembre 2014).
 - **Registre de naissance de Champlain** : Une exposition qui présente le registre de naissance de Champlain tout nouvellement découvert (du 30 mai 2013 au 25 août 2013).
 - **Traité de Paris et la Proclamation royale** : Cette exposition présente des copies des deux documents pour souligner le 250^e anniversaire de la signature de ceux-ci (du 20 septembre 2013 au 27 octobre 2013).
 - **Paix** : Cette exposition illustre que la paix a toujours fait partie de l'histoire canadienne (du 31 mai 2013 au 5 janvier 2014).
 - **Corée 60** : Une exposition de photos de notre collection pour souligner le 60^e anniversaire de l'armistice de Corée (du 21 juin 2013 au 5 janvier 2013).

INDICATEURS DE RENDEMENT

2013-2014 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

Pourcentage de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés.

- **Canada 150** : poursuite de l'élaboration du concept; sélection préliminaire des objets; réunions du comité consultatif.
- **Neige** : la recherche est terminée et le texte a été écrit.
- **Otto Dix/AY Jackson** : Recherche sur les artistes de guerre et l'art de la Première Guerre mondiale.
- **Les Fenians** : Recherche sur les images contemporaines de l'invasion des Fenians.
- **Le Canada et les Balkans** : Histoire et objets liés aux missions des Balkans du Canada.

Nombre d'artefacts acquis.

LES ACQUISITIONS À VENIR PRÉVUES SERONT HARMONISÉES AVEC LE MANDAT ET LES PRIORITÉS DES COLLECTIONS POUR LES CINQ PROCHAINES ANNÉES :

- **Des objets antérieurs à 1850.** Relativement peu d'artefacts de la collection sont antérieurs à 1850. Lorsque des occasions se présentent, l'acquisition d'anciens objets historiques constitue un objectif important.
- **L'histoire politique canadienne depuis 1950.** Le Musée recueillera des objets documentant l'histoire politique récente et en cours. Une stratégie clé consiste à « cibler » les personnalités se retirant de la vie politique pour qu'elles consentent à effectuer des dons.
- **Les personnalités canadiennes.** La « cible » comprend des personnalités plus récentes, notamment pour alimenter la salle des personnalités canadiennes (Tête-à-tête).
- **La culture populaire au Canada depuis 1950.** Le Musée recueillera des objets appartenant à la « culture populaire » au sens large et notamment des artefacts révélateurs à propos de personnalités sportives (historiques et contemporaines), de mode, de styles musicaux et d'autres éléments de « style » dans les anciens et les nouveaux médias.
- **Les formes contemporaines d'objets traditionnels.** Les traditions, aussi bien conservées soient-elles, sont en constante évolution. Le Musée s'intéressera aux façons des Canadiens de se situer par rapport au patrimoine culturel et artistique hérité de leurs ancêtres et de leurs prédécesseurs, de s'y habituer et de l'interpréter.

EXEMPLES :

- 7 boîtes et jeux complets des années 1970.
- 18 liens canadiens tissés à la main à partir des années 1960 et 1970.

Faits saillants du rendement – Objectifs de rendement futur pour 2014-2019

INDICATEURS DE RENDEMENT

2014-2019 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts

PERMANENT

2014-2015

- Aucune ouverture de module permanent n'est prévue pour l'instant.

2015-2017

- Exposition à l'occasion du 150^e anniversaire de la Confédération.
- Renouvellement de la Salle du Canada.

2017-2018

- Exposition à l'occasion du 150^e anniversaire du Canada.

INDICATEURS DE RENDEMENT

Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts.

2014-2019 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES

TEMPORAIRES

2014-2015

- **L'Empress of Ireland** : Le naufrage de l'Empress of Ireland constitue la plus grande catastrophe maritime de l'histoire du Canada et fournit des renseignements importants sur l'immigration au début du XX^e siècle. L'exposition ouvrira à l'occasion du 100^e anniversaire de la tragédie (du 29 mai 2014 au 6 avril 2015).
- **Ni'n na L'Nu : les Mi'kmaq de l'Île-du-Prince-Édouard** : Ni'n na L'Nu présente l'histoire des micmacs de l'Île-du-Prince-Édouard par l'intermédiaire de la tradition orale en abordant des thèmes comme le savoir des aînés, les légendes micmaques, les croyances religieuses et spirituelles, les conflits d'alliance, la famille et la communauté (de septembre 2014 à février 2015).
- **Windfields Farm** : Cette exposition soulignera le 50^e anniversaire de la victoire de Northern Dancer au Derby du Kentucky en 1964 et présentera des artefacts clés de la collection E. P. Taylor - Windfields Farm (de mai 2014 à avril 2015).
- **Transformations - A. Y. Jackson et Otto Dix** : Le Canadien A. Y. Jackson et l'Allemand Otto Dix ont représenté la guerre et des paysages toute leur vie durant, dans des contextes culturels et sociaux fort différents. Par l'intermédiaire de leur art paysager fortement influencé par la guerre, les visiteurs exploreront comment à des moments différents, la carrière des artistes a influencé l'identité nationale au Canada et en Allemagne (du 9 avril 2014 au 16 novembre 2014).

2015-2016

- **Terry Fox** : Une exposition explorant la création d'une légende canadienne à l'occasion du 30^e anniversaire du Marathon de l'espoir (avril à janvier 2015).
- **Magna Carta** : Une exposition itinérante spéciale organisée par Lord Cultural Resources présentant une copie de la Magna Carta conservée à la cathédrale de Durham en Angleterre (juillet 2015).
- **Les Grecs - d'Agamemnon à Alexandre le Grand** : Cette exposition internationale majeure découle d'un partenariat entre le MCH et le ministère de la Culture de Grèce et est développée conjointement par un consortium de musées nord-américains partenaires. L'exposition présentera plus de 500 des artefacts les plus prestigieux et uniques de musées grecs (juin à septembre 2015).
- **La guerre aérienne** : Cette exposition examinera les Canadiens et leur expérience aérienne de la Première Guerre mondiale. La Première Guerre mondiale a donné lieu à la première utilisation militaire à grande échelle des aéronefs et au développement d'imposantes flottes aériennes par tous les combattants majeurs (mars 2016 à septembre 2016).

2016-2017

- **Le 100^e anniversaire de la LNH - L'histoire du hockey au Canada** : Une exposition explorant l'histoire et la création de la LNH (février 2017 à janvier 2018).
- **Les femmes et la guerre** : Cette exposition montrera que les femmes canadiennes ont été aussi impliquées que les hommes canadiens dans les guerres et les conflits du XX^e et du début du XXI^e siècle, mais souvent de manières fort différentes. L'exposition montrera ce qu'ont fait les femmes en temps de guerre et de conflit tant au pays qu'à l'étranger, les raisons pour lesquelles elles ont fait ces choses, et ce que cela signifiait pour elles, pour leur entourage et pour la société canadienne en général (novembre 2016 à février 2017).

2017-2018

- **Canada : Jour 1** : Cette exposition itinérante du Musée canadien de l'immigration du Quai 21 explore les premiers jours au Canada des immigrants de la Confédération à nos jours (mai à octobre 2017).
- **La crête de Vimy et la Première Guerre mondiale** : cette exposition mettra l'accent sur la bataille de la crête de Vimy, ses conséquences et sa commémoration, pour explorer les conséquences et l'influence de la guerre sur ses combattants. Les visiteurs seront introduits à la nature mondiale de la guerre et à ses principaux fronts de combat (avril 2017 à janvier 2018).

2018-2019

- **Les technologies anciennes** (à déterminer) : Cette exposition explorera la créativité et l'ingéniosité des technologies traditionnelles des Autochtones du Canada avant l'arrivée des commerçants et des colons européens. S'appuyant uniquement sur les collections du MCH, cette exposition mettra l'accent sur la diversité créative des technologies anciennes, du commun au très exotique, et couvrira 12 000 ans d'histoire (mai 2018 à janvier 2019).
- **Les cent derniers jours** : Cette exposition explorera l'importante contribution du Canada aux 100 derniers jours de la Première Guerre mondiale. Elle s'intéressera aussi à l'évolution du sens de la guerre pendant les 100 ans qui ont suivi sa conclusion en présentant 100 artefacts représentatifs (avril 2018 à novembre 2018).

ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

Pourcentage de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés.

2014-2015

- **Exposition1867** : composante recherche et conservation.
- **L'exposition l'Empress of Ireland** : composante recherche et conservation.
- La planification pour les activités soulignant le centenaire de la Première Guerre mondiale sera ajoutée à titre de projet de recherche majeur pour la période de 2012-2018.

2015-2016

- **Musée virtuel de la Nouvelle-France** : recherche pour la mise à jour régulière du contenu.
- **Canada 150** : remise du texte final, des étiquettes, des photos et des manuscrits préliminaires pour publication.
- La recherche liée à la planification du centenaire de la Première Guerre mondiale sera ajoutée à titre de projet de recherche majeur pour la période 2012-2018.

2016-2017

- **Canada 150** – Livraison des textes et étiquettes finaux, des photos et des manuscrits préliminaires à publier.
- Projet de rapatriement du Nunavut : Élément de recherche et de conservation (projet débuté en 2011 qu'on devrait compléter en 2017).
- La recherche liée à la planification du centenaire de la Première Guerre mondiale sera ajoutée à titre de projet de recherche majeur pour la période 2012-2018.

2017-2018

- **Canada 150** – Fabrication de l'exposition, publication, mise en ligne du site Web et ouverture de l'exposition.
- **Musée virtuel de la Nouvelle-France** – Recherche pour la mise à jour régulière du contenu.
- Achèvement du renouvellement de la **Salle du Canada**.
- **Vimy et la Guerre mondiale** – Les conséquences de la Première Guerre mondiale sur les nations et les empires.

2018-2019

- Exposition internationale (avril à octobre 2018) : Le Musée canadien de l'histoire présentera une exposition internationale majeure à l'été 2018.
- **Les technologies anciennes** (à déterminer) (mai 2018 à janvier 2019).
- Les projets de recherche incluent la préparation des expositions **Les femmes et la guerre** et **Les cent derniers jours**.

Nombre d'artefacts acquis.

LES PROCHAINES ACQUISITIONS PRÉVUES SERONT HARMONISÉES AVEC LE MANDAT ET LES PRIORITÉS EN MATIÈRE DE COLLECTION DES CINQ PROCHAINES ANNÉES :

- **Des objets antérieurs à 1850.** Relativement peu d'artefacts de la collection sont antérieurs à 1850. Lorsque des occasions se présentent, l'acquisition d'anciens objets historiques constitue un objectif important.
- **L'histoire politique canadienne depuis 1950.** Le Musée recueillera des objets documentant l'histoire politique récente et en cours. Une stratégie clé consiste à « cibler » les personnalités se retirant de la vie politique pour qu'elles consentent des dons.
- **Les personnalités canadiennes.** La « cible » comprend des personnalités plus récentes, notamment pour alimenter la salle des personnalités canadiennes (Tête-à-tête).

INDICATEURS DE RENDEMENT	2014-2019 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES
Nombre d'artefacts acquis.	<ul style="list-style-type: none"> • La culture populaire au Canada depuis 1950. Le Musée recueillera des objets appartenant à la « culture populaire » au sens large et notamment des artefacts révélateurs à propos de personnalités sportives (historiques et contemporaines), de mode, de styles musicaux et d'autres éléments de « style » dans les anciens et les nouveaux médias. • Les formes contemporaines d'objets traditionnels. Les traditions, aussi bien conservées soient-elles, sont en constante évolution. Le Musée s'intéressera aux façons des Canadiens de se situer par rapport au patrimoine culturel et artistique hérité de leurs ancêtres et de leurs prédécesseurs, de s'y habituer et de l'interpréter.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 3 : SE CONCENTRER SUR LES RÉSULTATS

La Société conservera ses pratiques de gestion disciplinées tout en se montrant flexible et réactive aux conditions changeantes. Le personnel élaborera des outils et des procédures permettant de rendre compte des activités et des résultats de façon plus efficace.

Programmes connexes : Gestion de la Société; locaux.

Résultats attendus

Gestion de la Société : La Société veille à ce que les ressources soient développées, dirigées, administrées et contrôlées efficacement.

Locaux : La Société offre des installations sécuritaires et adaptées, qui sont facilement accessibles au public et qui permettent de préserver et d'exposer les collections nationales.

Priorités de la période de planification

- Accroître l'attention accordée à la veille économique (renseignements sur le marché, les affaires, la société et les visiteurs) pour réagir rapidement aux facteurs externes et aux possibilités.
- Améliorer et raffiner les mesures d'établissement de rapports visant à renseigner le personnel, les administrateurs, le gouvernement, les donateurs et le public.
- Élaborer des plans de fonctionnement et d'immobilisations pertinents pour assurer l'entretien et le renouvellement requis des installations en fonction des besoins actuels et futurs.

Cadre de mesure du rendement et rapports

Résultats et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 RÉSULTATS	2012-2013 CIBLE ANNUELLE	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE	2015-2016 CIBLE ANNUELLE	2016-2017 CIBLE ANNUELLE	2017-2018 CIBLE ANNUELLE	2018-2019 CIBLE ANNUELLE
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ								
11. Pourcentage des objectifs de rendement clés définis dans le Plan d'entreprise progressant comme prévu ou atteints.	81 %	90 %	90 %	90 %	90 %	90 %	90 %	90 %
12. Nombre d'activités de suivi, entreprises selon les recommandations des rapports de vérification, qui progressent comme prévu.	13	10	10	25	17	14	14	14
13. Nombre de vérifications et d'examen complétés.	3	3	3	3	4	3	3	3
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 4 : LOCAUX								
14. Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le conseil qui progressent comme prévu.	MCH : 2	MCH : 3	MCH : 1	MCH : 3	MCH : 2	MCH : 3	MCH : 2	MCH : 1
	MCG : 0	MCG : 0	MCG : 0	MCG : 0	MCG : 0	MCG : 0	MCG : 0	MCG : 0

Faits saillants du rendement - 2012-2013

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 EXEMPLES DE RÉSULTATS
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ	
Nombre d'objectifs de rendement définis dans le Plan d'entreprise qui progressent comme prévu.	<ul style="list-style-type: none"> Le Musée a mis en œuvre son module de billetterie et de don en ligne. Le cadre de mesure du rendement a été finalisé et mis en application. Élaborer et réaliser un programme pour le centenaire de la Première Guerre mondiale : L'élaboration et la planification des projets se poursuivent comme prévu.
Nombre d'activités de suivi, entreprises selon les recommandations des rapports de vérification, qui progressent comme prévu.	<ul style="list-style-type: none"> La stratégie de rayonnement a été approuvée par le président-directeur général. 13 actions de suivi inscrites dans les recommandations de vérification progressent tel que prévu.

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 EXEMPLE DES RÉSULTATS
Nombre de vérifications et d'examens complétés.	<ul style="list-style-type: none"> Plan de vérification fondé sur le risque. Vérification des expositions itinérantes. Vérification des collectes de fonds.
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 4 : LOCAUX	
Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le Conseil qui progressent comme prévu.	<ul style="list-style-type: none"> L'humidification de l'air au moyen de la vapeur a été finalisée à temps et dans les budgets. Le projet d'orientation continue de progresser tel que prévu.

Faits saillants du rendement – Objectifs de rendement futur pour 2013-2014

INDICATEURS DE RENDEMENT	2013-2014 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ	
Nombre d'objectifs de rendement définis dans le Plan d'entreprise qui progressent comme prévu.	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir l'accent sur les efforts visant à compléter le financement reçu du gouvernement au moyen d'activités novatrices pour générer des recettes. Augmentation prévue en raison du renouvellement du site Web qui a permis d'accroître la notoriété des activités de collecte de fonds et d'introduire une fonctionnalité de billetterie en ligne. Mettre en œuvre un plan de renouvellement des politiques pour l'ensemble de la Société. Réorganiser la collection Mercure, mettre en ligne une partie de son contenu et élaborer une stratégie de marketing qui permettra d'en disséminer les résultats au sein du public. Mettre en œuvre la stratégie d'édition du Musée canadien de l'histoire en insistant sur les coéditions, les publications internes et les publications électroniques. Élaborer et présenter un programme pour le centenaire de la Première Guerre mondiale.
Nombre d'activités de suivi, entreprises selon les recommandations des rapports de vérification, qui progressent comme prévu.	<ul style="list-style-type: none"> Vérification des pratiques de prêt d'artefacts : Publier les politiques et/ou les lignes directrices révisées et mises à jour de prêt d'artefacts sur le site Web de la Société.
Nombre de vérifications et d'examens complétés.	<ul style="list-style-type: none"> Vérification des expositions temporaires. Vérification de la gestion de la trésorerie. Examen annuel des risques encourus par la Société.
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 4 : LOCAUX	
Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le Conseil qui progressent comme prévu	<ul style="list-style-type: none"> Remplacement du refroidisseur 233.

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement futur, 2014-2019

INDICATEURS DE RENDEMENT	2014-2019 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ	
<p>Nombre d'objectifs de rendement définis dans le Plan d'entreprise qui progressent comme prévu.</p>	<p>2014-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> Finaliser et mettre en œuvre le Cadre de mesure du rendement. Réorganiser la collection Mercure, mettre en ligne une partie de son contenu et élaborer une stratégie de marketing qui permettra d'en disséminer les résultats au sein du public. Maintenir l'accent sur les efforts visant à compléter le financement reçu du gouvernement au moyen d'activités novatrices pour générer des recettes. Mettre en œuvre un plan de renouvellement des politiques pour l'ensemble de la Société. Continuer de mettre à jour le Plan de la collection nationale afin de définir les forces, les faiblesses et les lacunes de cette collection. Mettre en œuvre la stratégie d'édition du Musée canadien de l'histoire en insistant sur les coéditions, les publications internes et les publications électroniques. Mettre en œuvre une initiative sur le renouvellement du contenu du Musée virtuel de la Nouvelle-France. Élaborer et présenter un programme pour le centenaire de la Première Guerre mondiale.
<p>Nombre d'activités de suivi, entreprises selon les recommandations des rapports de vérification, qui progressent comme prévu.</p>	<p>2014-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> Deux vérifications internes par année sont prévues. À mesure que les vérifications seront terminées, les recommandations seront énoncées et un suivi de leur complétion sera fait.
<p>Nombre de vérifications et d'examens complétés.</p>	<p>2014-2015</p> <ul style="list-style-type: none"> Vérification des collections. Vérification de la planification des ressources humaines. Examen annuel des risques encourus par la Société. <p>2015-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> Vérification de la rétention de la main d'œuvre. Vérification de la sécurité physique. Développement d'un nouveau Plan de vérification axé sur les risques triennal. <p>2016-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> Nouvelles vérifications à déterminer selon le nouveau Plan de vérification axé sur les risques.
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 4 : LOCAUX	
<p>Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le Conseil qui progressent comme prévu.</p>	<p>2014-2015</p> <ul style="list-style-type: none"> Remplacement des unités de ventilation- Phase 1. Remplacer les escaliers extérieurs voisins de la fontaine. Réparer la tuyauterie d'eau fraîche. <p>2015-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> Remplacement des unités de ventilation- Phase II. Remplacer le système d'information des ressources humaines.

INDICATEURS DE RENDEMENT	2014-2019 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES
Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le Conseil qui progressent comme prévu.	<p>2016-2017</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remplacement des unités de ventilations – Phase III. • Remplacer les caméras et serveurs de sécurité. • Remplacer les ventilateurs d'échappement. <p>2017-2018</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remplacement des unités de ventilation – Phase IV. • Remplacer le commutateur convertisseur automatique à la génératrice de secours – Phase II. <p>2018-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remplacement des unités de ventilation – Phase V.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 4 : FINANCEMENT ET COLLECTE DE FONDS

La Société cherchera à accroître ses ressources financières par diverses sources supplémentaires de revenus, notamment les commandites d'entreprise, les collaborations, la philanthropie sollicitée dans toutes les régions du pays et les recettes de sources commerciales.

Programmes connexes : Gestion de la Société.

Résultats attendus

Gestion de la Société : La Société veille à ce que les ressources soient développées, dirigées, administrées et contrôlées efficacement.

Priorités de la période de planification

- a. Viabilité financière.
- b. Avec la participation du conseil d'administration, établir de nouvelles approches pour accroître le soutien des donateurs dans l'ensemble du pays.
- c. Maintenir des relations positives avec les ministères et les agences gouvernementales pour tirer profit des possibilités opportunes et viables.
- d. En 2013-2014, une campagne sera élaborée pour la salle de l'histoire canadienne. Elle comprendra des approches particulières pour atteindre les objectifs en matière de collecte de fonds : des renseignements supplémentaires seront fournis dans le prochain Plan d'entreprise.
- e. Une campagne de collecte de fonds pour la Salle de l'histoire canadienne a été élaborée en 2013-2014 qui détaille les approches spécifiques à la réalisation des objectifs de collecte de fonds ; informations supplémentaires seront fournies dans le présent plan d'entreprise.

Cadre de mesure du rendement et rapports

Résultats et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 RÉSULTATS	2012-2013 CIBLE ANNUELLE	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE	2015-2016 CIBLE ANNUELLE	2016-2017 CIBLE ANNUELLE	2017-2018 CIBLE ANNUELLE	2018-2019 CIBLE ANNUELLE
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 4 : FINANCEMENT ET COLLECTE DE FONDS								
15. Valeur des activités de financement (en milliers de dollars).	1 579 \$	1 895 \$	3 485 \$	3 005 \$	3 130 \$	3 940 \$	2 771 \$	2 500 \$
16. Valeur de toutes les activités génératrices de recettes (en milliers de dollars).	14 912 \$	14 421 \$	14 471 \$	14 049 \$	14 824 \$	14 698 \$	15 402 \$	15 569 \$

Faits saillants du rendement - 2012-2013

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 EXEMPLES DE RÉSULTATS
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ	
Valeur des activités de financement. Note : N'inclut pas les contributions en nature ni les engagements confirmés.	• 1 579 000 \$
Valeur des activités génératrices de recettes.	• 14 912 000 \$

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement futur pour 2013-2014

INDICATEURS DE RENDEMENT	2012-2013 EXEMPLES DE RÉSULTATS
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ	
Valeur des activités de financement. Note : N'inclut pas les contributions en nature ni les engagements confirmés.	• 3 485 000 \$
Valeur des activités génératrices de recettes.	• 14 471 000 \$

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement futur, 2014-2019

INDICATEURS DE RENDEMENT	2014-2019 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES
ACTIVITÉ DE PROGRAMME NO 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ	
<p>Valeur des activités de financement. Note : <i>N'inclut pas les contributions en nature ni les engagements confirmés.</i></p>	<p>2014-2015</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 005 000 \$ <p>2015-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 130 000 \$ <p>2016-2017</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 940 000 \$ <p>2017-2018</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 771 000 \$ <p>2018-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 500 000 \$
<p>Valeur des activités génératrices de recettes.</p>	<p>2014-2015</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14 049 000 \$ <p>2015-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14 824 000 \$ <p>2016-2017</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14 698 000 \$ <p>2017-2018</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 402 000 \$ <p>2018-2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 569 000 \$

5. ÉTATS FINANCIERS DE 2014-2015 À 2018-2019

(inclus 2013-2014)



CWM, Mark Holleron
CWM2014-0071-0028-Dm

État pro forma de la situation des fonds au 31 mars

(milliers de dollars)	2012-13 Réal	2013-14 Réal	2014-15 Projection	2015-16 Projection	2016-17 Projection	2017-18 Projection	2018-19 Projection
ACTIF							
Actif à court terme							
Trésorerie	12 396	6 955	7 029	7 129	7 229	7 329	7 429
Placements	3 097	4 500	3 600	2 900	4 000	2 000	8 000
Créances	3 235	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Stocks	890	890	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Charges payées d'avances	384	384	300	300	300	300	300
	20 002	15 729	14 929	14 329	15 529	13 629	19 729
Autres actifs							
Encaisse affectés	1 721	3 262	4 117	5 097	3 458	3 858	4 358
Encaisse et placements affectés - Fonds de la collection nationale	8 971	8 971	7 621	6 271	4 921	4 421	3 921
Placements	36 079	39 176	40 076	40 776	39 676	41 676	35 676
Collection	1	1	1	1	1	1	1
Immobilisations	260 715	251 152	243 061	236 003	223 334	210 918	198 799
	307 487	302 562	294 876	288 148	271 390	260 874	242 755
	327 489	318 291	309 805	302 477	286 919	274 503	262 484

État pro forma de la situation des fonds au 31 mars (suite)

(milliers de dollars)	2012-13 Réal	2013-14 Réal	2014-15 Projection	2015-16 Projection	2016-17 Projection	2017-18 Projection	2018-19 Projection
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES							
Passif à court terme							
Créiteurs et charges à payer	18 673	18 500	18 000	17 500	17 000	16 500	16 000
Apports reportés et produit reporté	3 750	5 291	6 146	7 126	5 487	5 887	6 387
Tranche à court terme des avantages sociaux futurs	2 668	250	250	250	250	250	250
	25 091	24 041	24 396	24 876	22 737	22 637	22 637
Autres passifs							
Avantages sociaux futurs	5 373	8 250	8 850	9 450	10 050	10 650	11 250
Crédit parlementaire reporté - Fonds de la collection nationale	8 971	8 971	7 621	6 271	4 921	4 421	3 921
Apports reportés liés aux immobilisations	225 101	215 538	207 447	200 389	187 720	175 304	163 185
	239 445	232 759	223 918	216 110	202 691	190 375	178 356
Actif net							
Non affecté	19 419	17 957	17 957	17 957	17 957	17 957	17 957
Investissement en actif immobilisé	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868
Gains de réévaluation cumulés	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666
	62 953	61 491	61 491	61 491	61 491	61 491	61 491
	327 489	318 291	309 805	302 477	286 919	274 503	262 484

Note: compilé en utilisant les normes comptables du secteur public canadien

État pro forma des opérations pour les exercices clôturant le 31 mars 2013 à 2019

(milliers de dollars)	2012-13 Réel	2013-14 Prévision	2014-15 Projection	2015-16 Projection	2016-17 Projection	2017-18 Projection	2018-19 Projection
Financement gouvernemental							
Crédit parlementaire - MCH	58 536	57 419	57 930	57 930	57 930	57 930	57 930
Plus: Budget 2008	4 920	0	0	0	0	0	0
Plus: Projet d'histoire	1 000	1 500	5 500	17 000	0	0	0
Plus: Financement du MVC	0	0	0	6 166	6 166	6 166	6 166
Plus: Financement des ORL	0	0	0	2 100	2 100	2 100	2 100
Prévision du financement à recevoir:							
Remboursement des dépenses admissibles au chapitre de la rémunération		2 780					
Conventions collectives	0	681	0	0	657	1 328	2 012
Montant reporté pour des projets particuliers	(3 908)	(3 906)	(53)	(2 342)	0	0	0
Montant reporté pour le Fonds de la collection nationale	(864)	0	0	0	0	0	0
Crédits parlementaires reportés utilisés durant l'année	3 193	5 023	2 406	0	5 295	0	0
Montant utilisé pour l'acquisition d'immobilisations corporelles	(6 213)	(5 117)	(6 656)	(8 000)	(2 500)	(2 500)	(2 500)
Amortissement du financement reporté pour les immobilisations	14 748	14 680	14 747	15 058	15 169	14 916	14 619
	71 412	73 060	73 874	87 912	84 817	79 940	80 327
Revenus de la Société							
Droits d'entrée et programmes	4 823	4 984	5 255	5 905	5 745	6 105	6 105
Imax	1 583	1 253	1 260	1 260	1 260	1 400	1 400
Ventes - Boutiques	1 834	1 814	1 755	1 830	1 780	1 890	1 890
Stationnement	1 699	1 699	1 780	1 860	1 805	1 915	1 915
Location d'installations, événements et concessions	2 291	2 392	2 085	2 115	2 095	2 145	2 195
Intérêt sur liquidités et placements	1 559	1 338	1 300	1 300	1 300	1 300	1 300
Expositions itinérantes	252	244	300	325	340	350	350
Adhésions	250	257	270	280	280	300	300
Gain (perte) sur les placements	199	(145)	(131)	(226)	(82)	(178)	(61)
Publications	64	40	60	60	60	60	60
Autres	358	210	115	115	115	115	115
Sous-total	14 912	14 086	14 049	14 824	14 698	15 402	15 569
Dons - Fonds de la collection nationale	0	200	1 350	1 350	1 350	500	500
Dons - Projet d'histoire	0	0	400	400	3 829	371	0
Autres dons et commandites	2 883	234	1 250	1 250	1 250	1 500	1 500
	17 795	14 520	17 049	17 824	21 127	17 773	17 569
Dépenses							
Collection et recherche	16 122	11 783	12 370	12 821	12 523	11 596	11 673
Expositions, éducation et communication	18 020	17 945	19 499	33 341	33 169	25 465	25 237
Locaux	39 577	40 192	40 305	40 913	41 568	41 982	42 186
Gestion de la Société	18 494	19 122	18 749	18 661	18 684	18 670	18 800
	92 213	89 042	90 923	105 736	105 944	97 713	97 896
Résultat net excédentaire	(3 006)	(1 462)	0	0	0	0	0

Note: compilé en utilisant les normes comptables du secteur public canadien

Note: les montants pour 2014-2015 pour le MVC et l'ORL ne sont pas encore déterminés

État pro forma des flux de trésorerie pour les exercices clôturant le 31 mars

(milliers de dollars)	2012-13 Réel	2013-14 Réel	2014-15 Projection	2015-16 Projection	2016-17 Projection	2017-18 Projection	2018-19 Projection
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION							
Encaissements (clients)	13 038	13 128	12 880	13 750	13 480	14 280	14 330
Encaissements (crédit parlementaire)	56 482	59 880	59 180	75 196	64 353	65 024	65 708
Décaissements (personnel)	(34 828)	(33 974)	(34 768)	(35 627)	(36 502)	(36 396)	(37 274)
Décaissements (fournisseurs)	(35 683)	(37 155)	(37 957)	(56 239)	(46 870)	(44 708)	(44 464)
Apports affectés et revenus de placement connexes	1 569	1 541	855	980	(1 639)	400	500
Intérêts reçus	1 570	1 338	1 300	1 300	1 300	1 300	1 300
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	2 148	4 758	1 490	(640)	(5 878)	(100)	100
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT							
Remboursement du capital des placements	491	0	0	0	0	0	0
Augmentation de l'encaisse et placements affectés	(5 064)	(6 475)	(2 505)	(2 630)	(3 440)	(2 271)	(2 000)
Diminution de l'encaisse et placements affectés	3 111	434	3 000	3 000	7 629	3 171	2 500
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(1 462)	(6 041)	495	370	4 189	900	500
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS							
Acquisition d'immobilisations	(6 204)	(5 117)	(6 656)	(8 000)	(2 500)	(2 500)	(2 500)
Comptabilisation des dépenses de films	378	0	0	0	0	0	0
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement en immobilisations	(5 826)	(5 117)	(6 656)	(8 000)	(2 500)	(2 500)	(2 500)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT							
Crédit parlementaire pour l'acquisition d'immobilisations	7 485	2 500	4 250	8 000	2 500	2 500	2 500
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	7 485	2 500	4 250	8 000	2 500	2 500	2 500
Augmentation (diminution) de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	2 345	(3 900)	(421)	(270)	(1 689)	800	600
Trésorerie et encaisse affecté, début de l'exercice:							
Trésorerie	9 523	12 396	6 955	7 029	7 129	7 229	7 329
Encaisse affecté	5 124	4 596	6 137	5 642	5 272	3 483	4 183
	14 647	16 992	13 092	12 671	12 401	10 712	11 512
Trésorerie et encaisse affecté, à la fin de l'exercice:							
Trésorerie	12 396	6 955	7 029	7 129	7 229	7 329	7 429
Encaisse affecté	4 596	6 137	5 642	5 272	3 483	4 183	4 683
Solde à la fin de l'exercice	16 992	13 092	12 671	12 401	10 712	11 512	12 112

Note: compilé en utilisant les normes comptables du secteur public canadien

État pro forma de l'évolution de l'actif net au 31 mars

(milliers de dollars)	2012-13 Réal	2013-14 Prévision	2014-15 Projection	2015-16 Projection	2016-17 Projection	2017-18 Projection	2018-19 Projection
Non affecté							
Actif net, début de l'exercice	22 047	19 419	17 957	17 957	17 957	17 957	17 957
Résultat net excédentaire	(3 006)	(1 462)	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	378	0	0	0	0	0	0
	19 419	17 957	17 957	17 957	17 957	17 957	17 957
Investissement en actif immobilisé							
Actif net, début de l'exercice	41 246	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868
Résultat net excédentaire	0	0	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	(378)	0	0	0	0	0	0
	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868
Gains de réévaluation cumulés							
Actif net, début de l'exercice	1 575	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666
Résultat net excédentaire	0	0	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	1 091	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666	2 666

Note: compilé en utilisant les normes comptables du secteur public canadien

Sommaire des budgets de fonctionnement et d'immobilisations pour les exercices clôturant le 31 mars 2015 à 2019

(milliers de dollars)	2014-15 Budget	2015-16 Budget	2016-17 Budget	2017-18 Budget	2018-19 Budget
Fonctionnement	76 176	90 678	90 775	82 797	83 277
Immobilisations	6 656	8 000	2 500	2 500	2 500
Total partiel	82 832	98 678	93 275	85 297	85 777
Moins les revenus	17 049	17 824	21 127	17 773	17 569
Budget total requis	65 783	80 854	72 148	67 524	68 208

Note: compilé en utilisant la méthode de la comptabilité de la trésorerie

Budgets de fonctionnement et d'immobilisations par activité pour les exercices clôturant le 31 mars 2015 à 2019

(milliers de dollars)	2014-15 Budget	2015-16 Budget	2016-17 Budget	2017-18 Budget	2018-19 Budget
Collection et recherche	12 370	12 821	12 523	11 596	11 673
Expositions, éducation et communication	19 499	33 341	33 169	25 465	25 237
Locaux	32 214	33 855	28 899	29 566	30 067
Gestion de la Société	18 749	18 661	18 684	18 670	18 800
Total partiel	82 832	98 678	93 275	85 297	85 777
Moins les revenus	17 049	17 824	21 127	17 773	17 569
Budget total requis	65 783	80 854	72 148	67 524	68 208

Note: compilé en utilisant la méthode de la comptabilité de la trésorerie

(milliers de dollars)	2014-15 Budget	2015-16 Budget	2016-17 Budget	2017-18 Budget	2018-19 Budget
COLLECTION ET RECHERCHE					
Collections					
Musée canadien de l'histoire	2 715	2 754	2 788	1 927	1 964
Musée canadien de la guerre	1 252	1 272	1 284	1 047	1 063
	3 967	4 026	4 072	2 974	3 027
Recherche					
Musée canadien de l'histoire	4 057	4 294	4 017	4 097	4 107
Musée canadien de la guerre	1 076	1 156	1 026	1 047	1 049
	5 133	5 450	5 043	5 144	5 156
Bibliothèque et Archives					
Musée canadien de l'histoire	2 392	2 448	2 499	2 557	2 563
Musée canadien de la guerre	878	897	909	921	927
	3 270	3 345	3 408	3 478	3 490
	12 370	12 821	12 523	11 596	11 673
EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION					
Expositions					
Musée canadien de l'histoire	9 284	14 305	14 095	6 575	6 254
Musée canadien de la guerre	1 997	2 031	2 012	1 982	1 979
	11 281	16 336	16 107	8 557	8 233
Programmes					
Musée canadien de l'histoire	2 486	2 541	2 578	2 617	2 662
Musée canadien de la guerre	652	665	666	665	670
	3 138	3 206	3 244	3 282	3 332
Publications					
Musée canadien de l'histoire	246	250	249	244	245
Musée canadien de la guerre	59	59	58	58	57
	305	309	307	302	302
Communications					
Musée canadien de l'histoire	3 540	12 124	12 141	12 014	12 050
Musée canadien de la guerre	1 235	1 366	1 370	1 310	1 320
	4 775	13 490	13 511	13 324	13 370
	19 499	33 341	33 169	25 465	25 237

Budget de fonctionnement et d'immobilisations pour les exercices clôturant le 31 mars, de 2015 à 2019 (suite)

(milliers de dollars)	2014-15 Budget	2015-16 Budget	2016-17 Budget	2017-18 Budget	2018-19 Budget
GESTION DE LA SOCIÉTÉ					
Activités générant des revenus					
Musée canadien de l'histoire	7 193	7 072	7 042	6 991	7 012
Musée canadien de la guerre	989	1 007	1 000	987	988
	8 182	8 079	8 042	7 978	8 000
Services à la société					
Musée canadien de l'histoire	6 412	6 384	6 410	6 437	6 495
Musée canadien de la guerre	1 986	1 985	2 001	2 013	2 038
	8 398	8 369	8 411	8 450	8 533
Gouvernance					
Musée canadien de l'histoire	1 624	1 657	1 671	1 678	1 696
Musée canadien de la guerre	545	556	560	564	571
	2 169	2 213	2 231	2 242	2 267
	18 749	18 661	18 684	18 670	18 800
LOCAUX					
Gestion immobilière					
Musée canadien de l'histoire	19 935	20 242	20 604	21 163	21 495
Musée canadien de la guerre	5 623	5 613	5 795	5 903	6 072
	25 558	25 855	26 399	27 066	27 567
Projets immobiliers					
Musée canadien de l'histoire	6 156	7 500	2 000	2 000	2 000
Musée canadien de la guerre	500	500	500	500	500
	6 656	8 000	2 500	2 500	2 500
	32 214	33 855	28 899	29 566	30 067
Total Musée canadien de l'histoire	66 040	81 571	76 094	68 300	68 543
Total Musée canadien de la guerre	16 792	17 107	17 181	16 997	17 234
Grand Total	82 832	98 678	93 275	85 297	85 777

Note: compilé en utilisant la méthode de la comptabilité de la trésorerie

Total des revenus des activités sur place pour les exercices clôturant le 31 mars, de 2013 à 2019

MCH (milliers de dollars)	2012-13 Réel	2013-14 Réel	2014-15 Budget	2015-16 Budget	2016-17 Budget	2017-18 Budget	2018-19 Budget
Droits d'entrée et programmes	3 349\$	3 609\$	3 800\$	4 340\$	4 180\$	4 540\$	4 540\$
Ventes - Boutiques	1 273\$	1 315\$	1 265\$	1 315\$	1 265\$	1 375\$	1 375\$
Location d'installations, événements et concessions	1 570\$	1 920\$	1 585\$	1 605\$	1 585\$	1 635\$	1 660\$
Stationnement	1 248\$	1 255\$	1 345\$	1 400\$	1 345\$	1 455\$	1 455\$
Imax	1 583\$	1 262\$	1 260\$	1 260\$	1 260\$	1 400\$	1 400\$
Adhésions	250\$	267\$	270\$	280\$	280\$	300\$	300\$
Revenus sur place MCH	9 273\$	9 628\$	9 525\$	10 200\$	9 915\$	10 705\$	10 730\$
Fréquentation MCH	1 191	1 200	1 200	1 250	1 200	1 300	1 300

MCG (milliers de dollars)	2012-13 Réel	2013-14 Réel	2014-15 Budget	2015-16 Budget	2016-17 Budget	2017-18 Budget	2018-19 Budget
Droits d'entrée et programmes	1 474\$	1 503\$	1 455\$	1 565\$	1 565\$	1 565\$	1 565\$
Ventes - Boutiques	561\$	498\$	490\$	515\$	515\$	515\$	515\$
Location d'installations, événements et concessions	721\$	656\$	500\$	510\$	510\$	510\$	535\$
Stationnement	451\$	460\$	435\$	460\$	460\$	460\$	460\$
Revenus sur place MCG	3 207\$	3 117\$	2 880\$	3 050\$	3 050\$	3 050\$	3 075\$
Fréquentation MCG	451	450	425	450	450	450	450