



SOMMAIRE DU PLAN D'ENTREPRISE

POUR LA PÉRIODE DE PLANIFICATION 2017-2018 À 2021-2022
ET LES BUDGETS DE FONCTIONNEMENT ET D'IMMOBILISATIONS
POUR 2017-2018

TABLE DES MATIÈRES

1. RÉSUMÉ	3
2. MANDAT	8
3. APERÇU DE LA SOCIÉTÉ	11
4. ENJEUX STRATÉGIQUES	15
5. OBJECTIFS, STRATÉGIES ET MESURES DU RENDEMENT	24
6. ÉTATS FINANCIERS, 2017-2018 À 2021-2022	42

1

RÉSUMÉ





RÉSUMÉ

Le Musée canadien de l'histoire (MCH), avec son musée affilié, le Musée canadien de la guerre (MCG), est une société d'État établie en vertu de modifications apportées en 2013 à la *Loi sur les musées*.

Cette société d'État représente l'une des plus vastes et des plus populaires institutions culturelles du Canada, accueillant plus de 1,6 million de visiteurs chaque année dans son complexe réputé, au cœur de la région de la capitale nationale. Ses racines remontant à 1856, elle compte parmi les plus anciennes institutions publiques du Canada et constitue un centre muséologique reconnu pour son excellence, qui communique ses connaissances dans les domaines de l'histoire, de l'histoire militaire, de l'archéologie, de l'ethnologie et des études culturelles à la fois au Canada et ailleurs dans le monde. Les Musées ont une collection de plus de trois millions d'artefacts et de spécimens, dont certains des plus importants trésors nationaux du Canada.

En plus de leurs expositions permanentes, notamment la spectaculaire Grande Galerie et la salle des Premiers Peuples, les Musées présentent chaque année des expositions remarquables, axées sur l'histoire du pays et du monde ainsi que sur diverses civilisations. Dans ses expositions, le Musée canadien de la guerre centre son attention sur des conflits humains organisés et leurs répercussions sur le Canada et les Canadiens. Le MCH accueille le Musée canadien des enfants, un amphithéâtre de 500 sièges et CINÉ+, une salle de cinéma de 295 places dotée d'un écran 3D surdimensionné et d'un dôme géant. Le MCH propose des expositions virtuelles de grande qualité, entre autres par l'intermédiaire du Musée virtuel du Canada, afin d'aider des musées et organismes de mise en valeur du patrimoine à élaborer un riche contenu canadien en ligne. Par ailleurs, le Musée virtuel de la Nouvelle-France présente une exposition en ligne sur l'histoire de la Nouvelle-France.

SALLE DE L'HISTOIRE CANADIENNE

Le MCH soulignera le 150^e anniversaire de la Confédération avec l'inauguration de la salle de l'Histoire canadienne (SHC) dans un nouvel espace de 44 000 pieds carrés. Cette exposition sondera l'histoire canadienne, des temps les plus anciens jusqu'à nos jours. La SHC a été conçue selon une approche

multidisciplinaire interactive qui fera vivre une expérience complètement nouvelle. Cette salle, la grande priorité de notre société d'État pendant plusieurs années, représente le plus grand et le plus ambitieux projet d'exposition entrepris par le Musée. Plusieurs générations futures s'instruiront sur le passé et les événements clés de l'histoire canadienne qui ont façonné le pays et influenceront l'avenir.

CONSULTATION ET COLLABORATION AVEC LES COMMUNAUTÉS AUTOCHTONES

Depuis des décennies, le Musée collabore avec des communautés autochtones de l'ensemble du Canada à l'élaboration d'expositions et de programmes publics, à l'intégration de pratiques traditionnelles pour l'entretien et la manutention d'objets, et à l'échange d'information sur la collection. Forte de ce modèle de coopération respectueuse, l'équipe de conservation du Musée sollicite l'expertise des communautés autochtones sur tous les aspects entourant la salle de l'histoire canadienne (SHC), de la trame narrative globale aux artefacts individuels. Il en résulte des textes explicatifs qui donnent une voix aux Autochtones. Les projets de recherche concertés et les expositions à venir, ainsi que la nouvelle unité de rapatriement et de relations avec les Autochtones de la Division de la recherche permettront au Musée de non seulement répondre à des demandes de rapatriement croissantes, mais également à agir en amont pour créer des possibilités d'engagement et de coopération, et conclure des partenariats.¹

LE RÉSEAU DES MUSÉES D'HISTOIRE

Le Réseau des musées d'histoire, pancanadien, facilite les échanges entre les institutions canadiennes pour qu'elles mettent en commun leur savoir-faire et leurs travaux dans différents partenariats à divers échelons. Le **Pavillon canadien** est une aire consacrée à la présentation d'expositions canadiennes spéciales ou temporaires qui proviennent d'institutions affiliées au réseau. L'exposition **Tirées par les**

¹ Dans le contexte du présent Plan d'entreprise, les termes « partenariat » et « partenaire » font référence aux liens avec d'autres organisations ayant des buts similaires à ceux du Musée, ainsi que l'énonce l'alinéa 9(1)) de la Loi sur les musées et selon les pratiques courantes dans le milieu muséal.

chevaux - La collection de voitures hippomobiles Paul-Bienvenu en est un exemple. Deux autres projets d'exposition importants seront bientôt ouverts au public grâce au réseau : **Hockey**, réalisé en partenariat avec Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire de Montréal et le Musée du Manitoba, et **L'expédition Franklin**, orchestrée avec Parcs Canada.

BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA

Le Musée collabore avec Bibliothèque et Archives Canada (BAC) dans le cadre d'un partenariat de cinq ans qui prévoit la création d'une programmation pour un espace d'exposition réservé à des documents d'archives de BAC.

POINTS SAILLANTS DU RENDEMENT

Le Sommaire du plan d'entreprise fait état du rendement de la société par rapport aux cibles fixées pour l'exercice 2015-2016.

En 2015-2016, la société a présenté 11 expositions temporaires dans la région de la capitale nationale, lesquelles ont apporté des perspectives communautaires au récit national.

Mentionnons, entre autres expositions, **Le Titanic canadien - L'Empress of Ireland**, qui a remporté le Prix d'excellence décerné par la Société des musées du Québec, **Les Grecs - D'Agamemnon à Alexandre le Grand, Vikings, Terry Fox - Courir au cœur du Canada, Grandes Guerres. Grandes Femmes.** et **Les gladiateurs et le Colisée - Mort et gloire.**

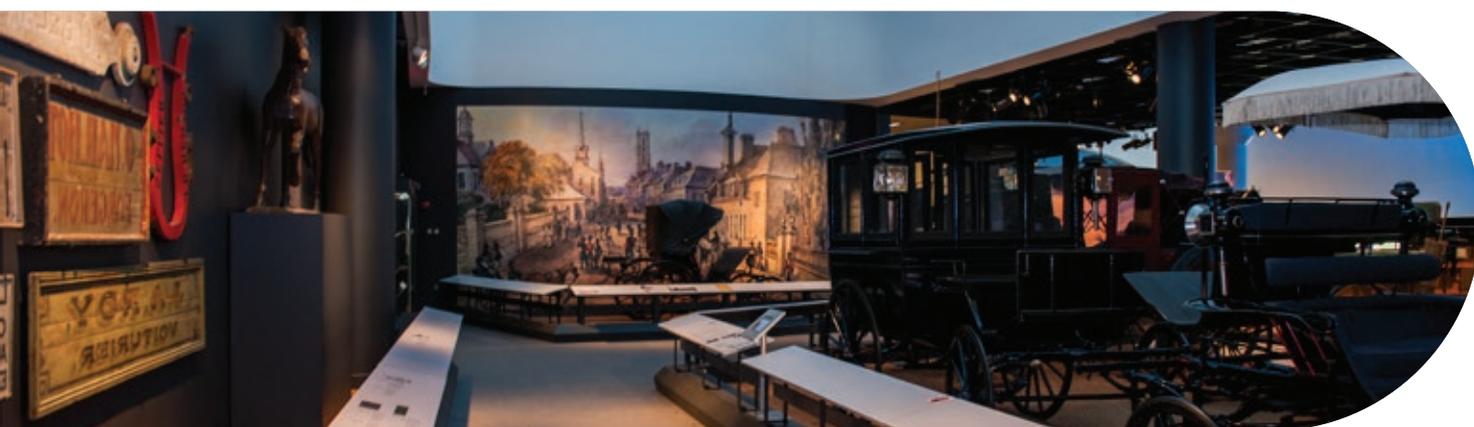
La conclusion de partenariats clés a continué de faciliter la création de liens avec tous les ordres de gouvernement, des institutions nationales et internationales, des communautés locales et le secteur privé. En plus de bénéficier aux publics locaux et régionaux, ces partenariats fructueux constituent un apport important aux installations et aux industries culturelles de l'ensemble du Canada et ailleurs dans le monde, permettent de disséminer un large éventail de connaissances et encouragent une meilleure compréhension de l'histoire et de la diversité culturelle du Canada.

En 2015-2016, 16 expositions ont sillonné 29 lieux au total, au pays et à l'étranger, et ont été vues par 551 646 visiteurs. Font partir des expositions itinérantes : **Coup de patin! - La passion canadienne pour le patinage, 1812** et **Témoin - Art canadien de la Première Guerre mondiale.**

D'importantes acquisitions ont été faites au cours de cette période, notamment : la série multimédia de l'artiste canado-japonais Norman Takeuchi, *A Measured Act*; une remarquable collection de 150 appelants pour le gibier à plumes, donnée par Jim Stewart; divers souvenirs liés au hockey, comme un des bâtons de gardien de but de Ken Dryden; une pancarte conçue pour le « bed-in pour la paix », tenu en 1969 par John Lennon et Yoko Ono à Montréal.

La société continue de compléter ses crédits annuels avec ses recettes propres. Les efforts de financement ont permis de recueillir 2,9 millions de dollars, ce qui correspond à 86 pour cent de la cible de 2015-2016. La mise en œuvre au cours de l'exercice 2016-2017 de stratégies de financement et de gérance s'est traduite par l'obtention de dons substantiels, sans précédent, au Musée, ce qui a permis à celui-ci de presque doubler son objectif de financement pour la salle de l'Histoire canadienne.

Tirant parti de l'évolution des technologies numériques et de l'importance croissante de l'interactivité parmi les visiteurs de musées, notre musée a continué d'utiliser davantage les médias sociaux pour atteindre des publics locaux et internationaux. Au MCH, une forte croissance a été constatée sur Facebook, avec une hausse de 77 pour cent des mentions « J'aime » en anglais de mars 2015 à mars 2016 ainsi que de 68 pour cent en français. Sur Twitter, les abonnés anglophones du MCG sont passés de 41 452 à 90 159 (une hausse de 118 pour cent). Les deux Musées ont aussi lancé de nouveaux comptes Instagram en mars 2016, lesquels ont reçu un accueil très positif. Parmi les priorités dégagées du côté de la salle de l'Histoire canadienne figure l'offre aux visiteurs d'une expérience immersive qui favorise la participation par l'intégration d'un contenu numérique interactif



d'une vaste portée. Le contenu affiché en ligne est aussi essentiel à la mission du Musée. Le Musée virtuel du Canada (MVC) a reçu 29 nouvelles propositions à la suite de son appel lancé dans le cadre du Programme d'investissement pour des expositions virtuelles, et les efforts visant à rajeunir son site Web pour en faciliter l'utilisation se sont poursuivis.

De plus, la société conserve ses pratiques de gestion disciplinées et suit ce que dicte la prudence en matière de planification financière et opérationnelle, optant pour une solide approche en matière de reddition des comptes. Depuis l'introduction du Cadre de mesure du rendement en 2011, cette forme d'évaluation fait partie intégrante de la planification ainsi que de la reddition des comptes au moyen de rapports trimestriels au conseil d'administration, du Plan d'entreprise et du rapport annuel. La mesure du rendement a permis de mettre un accent renouvelé sur la responsabilisation dans la planification des opérations et dans les rapports destinés à la société et à son conseil d'administration. Le nouveau Cadre de mesure du rendement a été mis en place en 2015-2016. La société a aussi rendu compte de la transformation du Musée canadien de l'histoire ces deux dernières années dans ses rapports trimestriels au conseil d'administration. Elle continuera de le faire jusqu'à l'ouverture de la salle de l'Histoire canadienne en 2017.

RÉSULTATS FINANCIERS

Les recettes dérivées des opérations devraient être supérieures à celles de l'exercice précédent. Un calendrier étoffé au chapitre des expositions temporaires en 2016-2017 a contribué à compenser la baisse de fréquentation reliée à la fermeture de l'ancienne salle du Canada et de l'espace Tête à tête.

POSSIBILITÉS ET DIFFICULTÉS

Le 150^e anniversaire de la Confédération en 2017 offre une chance unique de rassembler le pays et de susciter l'intérêt à l'égard du passé et du patrimoine, et d'encourager ainsi la population à s'instruire afin de mieux comprendre et saisir l'importance de l'histoire canadienne. Cet anniversaire fournit également à tous les musées une occasion idéale de faire croître le nombre de visiteurs et de lancer des initiatives de financement, de collaboration et de rayonnement. Le Musée canadien de l'histoire a donné le coup d'envoi à 2017 en organisant une célébration publique en partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien. Feux d'artifice et autres festivités étaient au programme. L'inauguration le 1^{er} juillet de la salle de l'Histoire canadienne sera le couronnement de plusieurs années de recherche assidue, de consultations nationales, d'innovations technologiques et d'applications

multidisciplinaires. Il faudra saisir la possibilité d'en faire un legs durable à l'occasion du 150^e anniversaire de la Confédération.

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. La construction de la salle de l'Histoire canadienne a entraîné la fermeture de deux grandes salles permanentes qui représentaient la moitié de l'espace d'exposition permanent du Musée. La société a relevé avec brio le défi posé par la diminution de la fréquentation qui en a découlé en proposant une solide série d'expositions temporaires. Par exemple, **Terry Fox - Courir au cœur du Canada** a dépassé la cible de 21 pour cent avec 215 000 visiteurs et **Vikings** a dépassé la sienne de 53 pour cent avec 122 785 visiteurs.

La collecte de fonds est tout aussi importante que la viabilité et les priorités opérationnelles du Musée. Aussi le Musée a-t-il lancé en 2013 un plan quinquennal de collecte de fonds, lequel a été renouvelé sous la forme d'une stratégie de financement en 2016-2017. Le plan et la stratégie ont abouti au lancement d'un certain nombre de campagnes fructueuses pour recueillir des fonds. La création de la salle de l'Histoire canadienne apporte au MCH la possibilité d'attirer des donateurs supplémentaires. Le MCH a connu un immense succès à cet égard, au profit de la salle de l'Histoire canadienne, et il est parvenu à presque doubler son objectif de financement de 5 millions de dollars. Des difficultés générales se posent sur le plan du financement, dont celles liées à une légère diminution du nombre de donateurs participant à la campagne annuelle du Musée par rapport aux années précédentes. Cette baisse est en partie attribuable à une compétition croissante et aux percées réalisées dans les technologies numériques, qui font surgir des plateformes évolutives pour le versement de dons. La difficulté en résultant a été atténuée par la mise en œuvre de la première stratégie de gestion de la société, qui favorisera des activités plus nombreuses et renforcées auprès des donateurs.

La société a un regain d'attention pour la planification des ressources humaines, y compris la planification de la relève. En 2016, le Musée a approuvé un cadre de planification de la relève, lequel devrait être déployé en 2018. Le Musée a aussi négocié avec succès une nouvelle convention collective avec l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada (IPFPC) en 2016. Le Musée et l'Alliance de la Fonction publique du Canada (AFPC) ont également ratifié une nouvelle convention collective au premier trimestre de 2017. La nouvelle entente de quatre ans est rétroactive jusqu'au 1^{er} avril 2016.

2

MANDAT



MANDAT

Le Musée canadien de l'histoire (MCH) et son musée affilié, le Musée canadien de la guerre (MCG), ont été constitués au terme de modifications à la *Loi sur les musées* en 2013.

L'emploi des termes « les Musées » et « la société » dans le présent document renvoie au MCH en tant qu'entité constituée et couvre à la fois le Musée canadien de l'histoire (MCH) et le Musée canadien de la guerre (MCG). La société comprend également le Musée virtuel de la Nouvelle-France (MVNF), une exposition en ligne d'images numérisées et d'éléments d'information.

Le MCH constitue une entité juridique distincte, appartenant entièrement à l'État, qui fonctionne de façon indépendante du gouvernement dans ses opérations quotidiennes, ses activités et sa programmation. En tant que société d'État et membre du portefeuille de Patrimoine canadien, il contribue à la réalisation des grands objectifs culturels du gouvernement du Canada.

La société d'État est soumise au régime s'appliquant aux sociétés d'État sur les plans du contrôle et des responsabilités, lequel est établi en vertu de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, ainsi que dans son propre règlement administratif. Elle 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 sur les langues officielles* et son règlement ainsi que le *Code canadien du travail*, en plus d'harmoniser ses activités avec le Code de valeurs et d'éthique du secteur public par le truchement de son code de conduite. La société rend compte au Parlement par l'intermédiaire de la ministre du Patrimoine canadien.

Tel est le mandat du MCH :

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.

Le MCH et le MCG présentent tous deux les trésors nationaux du Canada ainsi que des expositions qui préservent les souvenirs et les expériences de la population canadienne, explorent les événements, les personnes, les thèmes et les objets particuliers qui ont contribué à façonner le pays, des temps les plus anciens jusqu'à nos jours. Les Musées proposent également des expositions temporaires nationales et internationales.

Les Musées appuient les objectifs de la politique culturelle du gouvernement du Canada en concourant à la vision du ministère du Patrimoine canadien, soit « *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* ».

L'une des priorités du gouvernement du Canada pour 2017 est de célébrer le 150^e anniversaire de la Confédération - l'initiative « Canada 150 ». Sous la direction du ministère du Patrimoine canadien, une série d'activités et d'événements spéciaux sont prévus partout au pays dans la foulée de cette initiative. Le MCH soulignera le 150^e anniversaire de la Confédération canadienne par l'inauguration de la salle de l'Histoire canadienne (SHC), une exposition permanente qui racontera l'histoire du pays des premiers établissements humains jusqu'à nos jours.



3

APERÇU DE LA SOCIÉTÉ





APERCU DE LA SOCIÉTÉ

CADRE DE GOUVERNANCE

La *Loi sur les musées* prévoit la mise sur pied d'un conseil d'administration composé de 11 membres nommés par la ministre de Patrimoine canadien avec l'approbation de la gouverneure en conseil. Le conseil d'administration, dont les membres, choisis, sont originaires de différentes régions au pays, rend compte au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien. Il définit l'orientation stratégique générale de la société, et en assure la surveillance, en plus de convoquer régulièrement ses membres tout au long de l'année, notamment lors d'une assemblée générale annuelle publique.

ÉQUIPE DE DIRECTION

Le président-directeur général, appuyé par l'équipe de la haute direction, est responsable de la gestion quotidienne du rendement de la société, de sa viabilité à long terme et de l'atteinte des objectifs.

EMPLOYÉS

La société est un employeur indépendant à l'égard du gouvernement. Au 21 octobre 2016, elle comptait 367 employés à temps plein et 86 autres à temps partiel.

ARCHITECTURE D'ALIGNEMENT DES PROGRAMMES

Les programmes sont conçus pour contribuer à l'accomplissement du mandat de la société, tel qu'il a été établi dans la *Loi sur les musées* (2013). Les orientations stratégiques de la société sont harmonisées avec ces programmes et reflètent l'architecture d'alignement des programmes, à laquelle elles sont conformes. Les quatre principaux programmes et sous-programmes, ainsi que leurs résultats escomptés et leurs résultats clés, sont énoncés comme suit :

RESULTAT STRATEGIQUE

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
Expositions, 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
Installations matérielles	Gestion des installations Projets d'immobilisations

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Le conseil d'administration a établi des orientations stratégiques en 2014-2015 afin de guider les activités et les programmes de la société. Ces orientations stratégiques concordent avec le mandat du Musée canadien de l'histoire.

Orientations stratégiques du conseil d'administration

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

En se basant sur les orientations stratégiques établies par le conseil d'administration, la direction a passé en revue les priorités de haut niveau de la société et relevé celles qui suivent pour la période de planification en cours :

1. Positionner le Musée comme une plaque tournante en histoire canadienne, au Canada et partout dans le monde. Le Musée veillera :

- a) à achever et à lancer la nouvelle salle de l'Histoire canadienne le 1^{er} juillet 2017 en tant que projet patrimonial de Canada 150;
- b) à présenter des expositions et des programmes publics commémorant le centenaire de la Première Guerre mondiale;
- c) à établir une programmation promise au succès pour le nouvel espace d'exposition réservé aux ressources documentaires de Bibliothèque et Archives Canada.

2. Tisser des liens entre les Canadiens et leur histoire, et refléter ces liens personnels dans tous les aspects de l'expérience vécue au Musée. Le Musée veillera :

- a) à concevoir des expositions sur des thèmes interpellant personnellement les visiteurs du Musée (p. ex. Hockey et Vimy - Au-delà de la bataille);

- b) à présenter dans la capitale nationale des expositions conçues par des musées canadiens partenaires qui ajoutent des perspectives communautaires au récit national;

- c) à amener les visiteurs du Musée à utiliser les plateformes actuelles et émergentes (p. ex. site Web réactif, interactions tactiles et sans fil, combinaison de données réelles avec l'intelligence artificielle).

3. Développer une collection qui reflète davantage l'histoire et le caractère distinctif du Canada. Le Musée veillera :

- a) à faire en sorte que ses stratégies d'acquisition soient axées sur la collection d'objets revêtant une importance historique;
- b) intensifier les efforts déployés pour faire des acquisitions en tissant des liens avec les collectionneurs et en poursuivant activement les projets sur ce plan (p. ex. la collection Bluenose);
- c) se positionner en tant que dépositaire national d'objets reflétant et ayant façonné l'histoire du Canada;

4. Établir des partenariats et des réseaux dynamiques partout au Canada et sur la scène internationale dans un intérêt mutuel. Le Musée veillera :

- a) à poursuivre l'expansion du Réseau canadien des musées d'histoire pour y inclure des musées et centres culturels des Premières Nations;
- b) à lancer des partenariats avec des institutions aux vues similaires, ou à y prendre part (p. ex. consortiums internationaux à grande échelle, institutions culturelles locales);
- c) à continuer d'établir et de mettre à profit des partenariats internationaux pour faire mieux connaître aux Canadiens l'histoire et les cultures du monde.

5. S'assurer que le Musée dispose des ressources financières pour s'acquitter de son mandat. Le Musée veillera :

- a) à continuer d'élaborer des stratégies novatrices et responsables pour diversifier les sources de revenus;
- b) à poursuivre la mise en œuvre de stratégies de financement;
- c) à maintenir la mobilisation des parties intéressées dans l'élaboration d'un nouveau modèle de financement qui comprendrait une protection contre l'inflation.

4

ENJEUX STRATÉGIQUES





ENJEUX STRATÉGIQUES

Analyse de l'environnement

Un vaste éventail de facteurs influent sur le Musée canadien de l'histoire (MCH) et le Musée canadien de la guerre (MCG), comme pour toute autre institution publique. Des facteurs externes tels que les tendances sociales et économiques, les changements démographiques et les progrès technologiques ont une incidence sur la société. Des facteurs internes liés, entre autres, à la gouvernance, à l'effectif, aux installations et aux coûts de fonctionnement, ainsi qu'aux ressources financières, exercent une influence et posent à la fois des possibilités et des difficultés.

L'ENVIRONNEMENT EXTERNE

Le tourisme

Le MCH et le MCG sont les musées les plus visités au Canada; ils dépendent considérablement de la fréquentation pour rester en mesure d'honorer leur mandat et d'assurer leur réussite commerciale. La fréquentation du Musée est directement tributaire des économies canadienne et mondiale, de même que des marchés intérieur et international des voyages et du tourisme.

L'édition 2015 du rapport annuel sur le tourisme au Canada, *Aux portes de la croissance*, attire l'attention sur des sujets de préoccupation pour l'industrie canadienne du tourisme. Bien que le Canada demeure dans les 20 meilleures destinations mondiales quant au nombre de visites au total (17^e rang en 2015), il accuse un recul important depuis quelques années, car il occupait le huitième rang en 2000.

L'année 2015 a été excellente pour le tourisme canadien, notre pays ayant accueilli son plus grand nombre de visiteurs des É.-U. depuis 2007. Cependant, la hausse des visites était reliée à des facteurs à court terme, entre autres une devise canadienne plus faible, ce qui ne laisse pas entrevoir un phénomène durable. D'après l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC), la hausse du nombre de visiteurs internationaux met en relief un autre problème en ce qui a trait au tourisme canadien : une dépendance excessive à l'égard des voyages intérieurs, dans la mesure où plus de 80 pour cent de l'activité touristique totale au pays est générée par les Canadiens qui voyagent à même le pays. Le défi consistera à diversifier davantage le marché canadien et à attirer une plus grande part de visiteurs internationaux. Le Canada a la chance unique de miser sur les célébrations du 150^e anniversaire de la Confédération en 2017 et de favoriser une croissance à plus long terme du tourisme entrant.

Le 150^e anniversaire de la Confédération canadienne

Le gouvernement du Canada collabore avec ses partenaires à la planification de célébrations pancanadiennes du 150^e anniversaire de la Confédération en 2017, qui entraîneront l'arrivée massive de visiteurs au pays. Déjà, le plus important éditeur de guides touristiques dans le monde, *Lonely Planet*, et le *New York Times* ont sélectionné le Canada comme la destination de l'année 2017. Selon Ottawa 2017, qui organise toute une année de célébrations à Ottawa, la région de la capitale nationale devrait accueillir 1,75 million de visiteurs de plus en 2017. Il s'agit d'une hausse de 20 pour cent par rapport à la plupart des années précédentes. Le Musée détenait une part de 53 pour cent des visites dans des musées en septembre 2016, soit 1,53 million de visiteurs au total en 2016, et on s'attend à ce que ce nombre augmente considérablement en 2017.

Le Musée était l'un des sites officiels de la région de la capitale nationale lors du coup d'envoi donné à 2017. Les célébrations du jour de l'An qu'il a organisées incluaient des activités extérieures, des concerts et des feux d'artifice. L'inauguration officielle de la salle de l'Histoire canadienne, le 1^{er} juillet 2017, fait partie des festivités tenues au Musée pour souligner 2017. Les Musées soulignent également le 100^e anniversaire de la bataille de la crête de Vimy avec une exposition spéciale au Musée de la guerre, **Vimy - Au-delà de la bataille**.

Les priorités du gouvernement du Canada

Comme le précise le discours du Trône de décembre 2015, les grandes priorités du gouvernement du Canada comprennent la croissance de la classe moyenne, un gouvernement ouvert et transparent, un environnement sain, la sécurité et un souci particulier de la diversité. Le programme du gouvernement tient compte de la diversité, qui fait la force du Canada. Il comprend un engagement à renouveler la relation de nation à nation avec les peuples autochtones, notamment par l'application des recommandations de la Commission de vérité et réconciliation

du Canada. Le gouvernement du Canada s'est engagé à investir dans les industries culturelles et créatives canadiennes, et a démontré davantage son appui aux arts et à la culture au Canada dans le budget de 2016, qui contient un engagement de 1,9 milliard de dollars sur cinq ans dans le secteur culturel canadien, dont 105,9 millions à l'appui des musées nationaux.

La culture et l'économie

La culture est un élément essentiel de l'économie créative, et, d'après le Forum économique mondial et l'Organisation internationale pour la coopération public-privé, la créativité devient l'une des compétences les plus appréciées dans une économie novatrice. Les industries culturelles jouent un rôle de premier plan dans l'économie canadienne. En 2014, la culture représentait 3 pour cent du produit intérieur brut (PIB) du Canada et injectait au total 54,6 milliards de dollars dans l'économie nationale. Les emplois dans les industries culturelles (630 483) comptaient pour 3,5 pour cent de tous ceux occupés au Canada. En tant que musée le plus visité au Canada, le Musée canadien de l'histoire continuera de jouer un rôle important dans l'économie nationale et contribuera au maintien d'une qualité de vie élevée.

La démographie

Le Canada connaîtra d'importants changements démographiques dans les prochaines années. Les tendances manifestes incluent une population vieillissante et une augmentation des taux d'immigration, laquelle est constante depuis 2011, comme le souligne le rapport *Aperçu de l'immigration : Résidents permanents*, publié par Citoyenneté et Immigration en 2014. Cette évolution démographique apporte son lot de défis et de possibilités. En fait, Statistique Canada a récemment indiqué que, d'ici 2031, pour la première fois dans l'histoire canadienne, le nombre de personnes âgées de 65 ans et plus devrait dépasser celui d'enfants âgés de moins de 14 ans. Les Musées devront donc s'assurer de la proposition de programmes pertinents en fonction de ces données démographiques, et veiller à ce que les installations soient physiquement accessibles à une population vieillissante. Par ailleurs, les générations plus jeunes, plus particulièrement, utilisent de plus en plus les médias sociaux et exigent un accès à un contenu numérique interactif pointu dans leurs expériences muséales. De plus, à mesure que le Canada se diversifie sur le plan culturel, la compréhension et le dialogue

entre les cultures gagnent en importance. Tous ces facteurs se conjuguent de sorte qu'il devient difficile pour les Musées de rester pertinents auprès d'un vaste public.

La technologie numérique

N'ignorant pas que les technologies numériques ont transformé les modes de production et de consommation du contenu, la ministre du Patrimoine canadien a lancé, en avril 2016, un processus de consultation sur la façon de renforcer la création, la découverte et l'exportation de contenu canadien dans un monde numérique. Comme l'expliquent les auteurs du document de consultation *Le contenu canadien dans un monde numérique*, les résultats de ce processus serviront à renouveler la trousse d'outils se rapportant à la politique culturelle du Canada et favorisera un soutien public plus efficace.

En tant que société d'État faisant partie du portefeuille de Patrimoine canadien, le Musée canadien de l'histoire tiendra compte des résultats des consultations menées par le Ministère. Il a déjà pris le virage vers une présence numérique plus soutenue. Les Musées font largement appel à la technologie dans la réalisation de leurs expositions et l'application de leurs mandats, ce qui les oblige à faire des investissements constants. Le remaniement d'un site Web en 2015 pour accroître l'accessibilité et l'interactivité ainsi que la conception de guides audio multilingues auxquels les visiteurs ont accès en téléchargeant une application sur n'importe quel téléphone intelligent sont des exemples d'intégration numérique. Les Musées mènent des activités de marketing numérique à vaste échelle grâce à Facebook, Instagram et Twitter. Compte tenu de l'importance croissante des médias sociaux, les Musées continueront d'utiliser les différentes plateformes de médias et de surveiller de près la façon dont ces efforts influent sur le rayonnement.

Les médias sociaux sont également de plus en plus présents dans les expositions elles-mêmes, avec beaucoup de contenu interactif et des campagnes publicitaires qui les exploitent pour encourager la participation des visiteurs, tout en n'empêchant nullement le fait que les artefacts physiques font toujours partie intégrante de l'expérience muséale. Les expositions présentées dans la nouvelle salle de l'Histoire canadienne seront très interactives et incluront d'importants éléments technologiques.

L'ENVIRONNEMENT INTERNE

Gouvernance

Une nouvelle structure de gouvernance introduite en 2014 a abouti à des améliorations au sein de la société d'État. Un examen sera entrepris en 2017 afin de mieux saisir l'incidence de la nouvelle structure de gouvernance et d'apporter les ajustements qui s'imposent, le cas échéant.

Sept administrateurs sur 11 ont vu leur mandat expirer le 31 décembre 2016. Les postes vacants seront attribués au moyen du nouveau processus de nomination du gouvernement du Canada, qui s'est engagé à appuyer l'établissement d'un mode de sélection ouvert, transparent et fondé sur le mérite. Le processus visant à pourvoir à tous les postes vacants et à constituer une liste de candidats pour de prochains sièges se libérant a débuté à l'automne 2016, sous la direction du Bureau du Conseil privé.

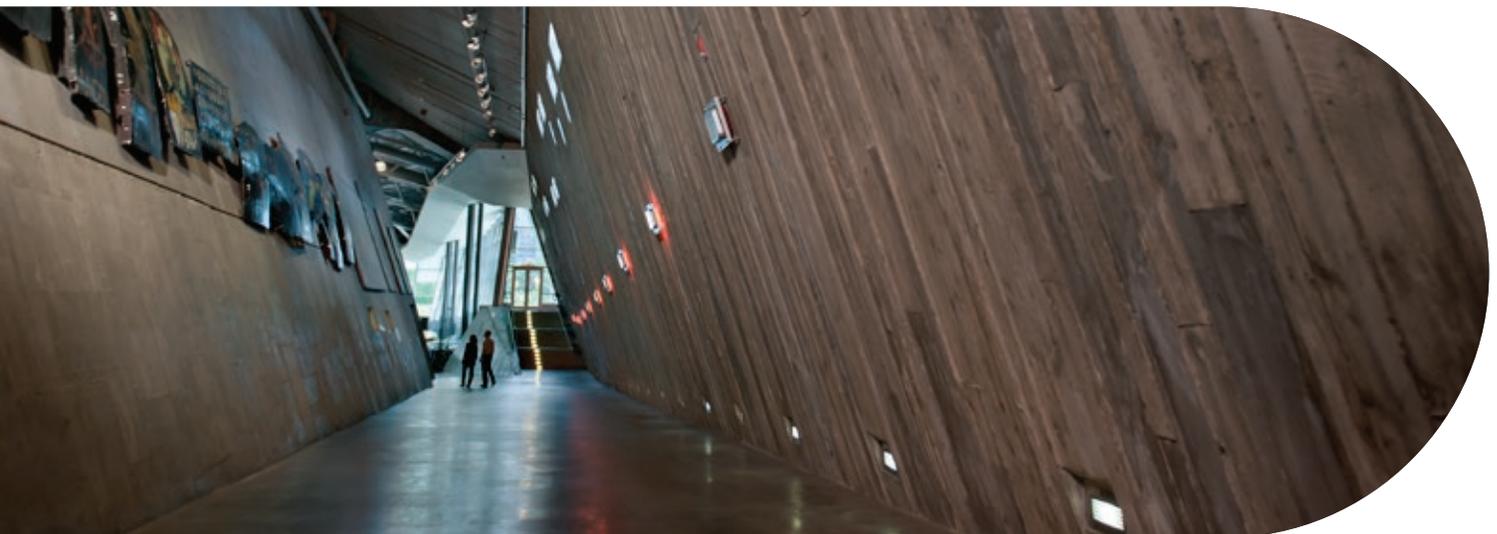
La société fait la promotion active de la politique du gouvernement du Canada en matière de langues officielles en dispensant une formation appropriée en langue seconde et des tests de validation des compétences. Elle continue de répondre à des normes élevées en matière de services à la clientèle auprès du grand public, et ce, dans les deux langues officielles. Le gouvernement du Canada tient actuellement des consultations nationales sur les langues officielles et envisage l'élaboration d'un nouveau plan d'action en 2018. Celui-ci guidera les politiques du Musée concernant les langues officielles et, par le fait même, les services à la clientèle.

Les capacités de l'effectif

Une planification efficace a permis à la société de se doter d'une équipe relativement stable de dirigeants et de cadres supérieurs. Toutefois, dans certains secteurs fondamentaux des Musées de même que pour des postes de cadres clés, le personnel professionnel approche de la retraite. Il sera essentiel d'attirer et de retenir des employés de la plus haute qualité à cet égard. La société a introduit un plan stratégique de la gestion des ressources humaines en 2017 et a mis à jour les compétences essentielles recherchées. Un plan de relève de la société est en train d'être élaboré. Il devrait être terminé à l'automne 2018.

Expositions

Les expositions constituent un moyen important de présenter l'histoire canadienne ainsi que l'histoire mondiale, leurs récits, leurs symboles, leurs expériences fructueuses, leurs personnalités et leurs objets. Elles permettent aux visiteurs de développer une meilleure compréhension d'un sujet particulier au Canada ou à l'étranger. Durant la phase de construction de la salle de l'Histoire canadienne, le Musée a présenté des expositions comme **Vikings, Napoléon et Paris**, et **Les Grecs** afin de compenser la fermeture de l'espace d'exposition antérieur. La solide gamme d'expositions temporaires au programme actuellement ainsi qu'en 2017-2018 inclut **Hockey, Vimy - Au-delà de la bataille** et **Canada : Jour 1**.



La salle de l'Histoire canadienne

Le 1^{er} juillet 2017, le MCH ouvrira au public sa nouvelle exposition phare, la salle de l'Histoire canadienne (SHC). Consacrée à la présentation du récit national du Canada, la SHC constituera l'exposition la plus vaste et la plus complète jamais créée sur l'histoire canadienne, au pays et par le Musée. Elle s'imposera comme un nouveau point d'intérêt culturel dans la région de la capitale nationale pour inciter les visiteurs canadiens et étrangers à s'instruire au sujet de l'histoire du pays et de l'influence qu'elle exerce aujourd'hui et qu'elle aura dans l'avenir. Il s'agit d'une exposition d'une portée nationale, réalisée en collaboration avec des Canadiens de toutes les régions. L'un des aspects les plus importants de la salle est l'intégration véritable des peuples autochtones à la trame narrative plus vaste du Canada.

Les travaux entrepris pour la salle de l'Histoire canadienne progressent selon l'échéancier et le budget prévus. Les Musées sont parvenus à presque doubler leur objectif de financement de 5 millions de dollars pour la SHC et à faire connaître ce projet comme une magnifique réussite parmi les offres fédérales de célébration du 150^e anniversaire.

L'inauguration de la nouvelle exposition marque aussi un moment important dans l'évolution du MCH sur le plan institutionnel. En tant que l'un des établissements culturels les plus anciens au Canada, il a peut-être vécu, avec le dévoilement de cette exposition, l'étape la plus mémorable depuis l'ouverture de son édifice actuel en 1989.

Le réseau des musées d'histoire

Le Réseau des musées d'histoire, pancanadien, s'est élargi pour inclure 22 partenaires, dont 17 sont des musées et cinq des organismes fédéraux. Ce réseau et ses membres aident la population à mieux comprendre l'histoire canadienne dans une perspective tant nationale que régionale, favorisent un sentiment collectif d'appartenance dans tout le pays et fournissent un plus grand accès à notre patrimoine et à notre histoire ainsi qu'aux musées dans l'ensemble du Canada.

Le Musée virtuel du Canada

Depuis son transfert au Musée canadien de l'histoire en 2014, le Musée virtuel du Canada (MVC) a investi plus de 6,4 millions de dollars dans l'offre de près de 90 produits en ligne par des musées canadiens et des organismes de mise en valeur du patrimoine qui font connaître l'histoire, le patrimoine et la culture du Canada. Au cours de cette période, le MVC a lancé 11 expositions virtuelles et 10 projets Histoires de chez nous sur divers sujets par différents établissements, petits et grands, disséminés partout au pays.



Le MVC a également amorcé le processus qui s'imposait pour s'adapter aux besoins des principaux intervenants. En 2016, il a sillonné le pays pour valider une nouvelle vision auprès des professionnels du secteur muséal. Les commentaires reçus dans le contexte de cette recherche qualitative éclaireront les changements au MVC qui commenceront à être mis en œuvre durant la période de planification en cours. L'ajout de volets d'investissement et l'amélioration de ceux existants ainsi qu'un nouveau site Web sont prévus, ce qui contribuera à positionner le MVC comme un outil unique pour aider les musées canadiens à livrer des récits et à faire vivre de grandes expériences par des moyens numériques.

Collections

Les collections nationales constituent les biens les plus importants des Musées. Détenu en fiducie pour les générations actuelles et futures, elles servent à alimenter la recherche et les programmes. L'attention est de plus en plus centrée sur les acquisitions canadiennes correspondant au mandat révisé de la société, et celle-ci continue de rechercher et d'obtenir de façon proactive des artefacts reliés à l'histoire du pays. Le Musée reçoit aussi, constamment, des demandes de rapatriement d'objets culturels autochtones. Le nombre de demandes augmentera sans doute, mais il est difficile de quantifier la hausse, car le rapatriement se produit dans le contexte de négociations de traités. Le Musée prend actuellement part à de nombreuses négociations chaque année. On estime qu'il y aurait de cinq à dix demandes déposées ou faisant l'objet de pourparlers avec des communautés hors des négociations de traités chaque année.

Dépenses de voyage et d'accueil

Conformément à un décret déposé en juillet 2015 qui vise à harmoniser les politiques, les pratiques et les lignes directrices sur les voyages et l'accueil avec celles du Conseil du Trésor, le Musée a révisé ses politiques et poursuivra la divulgation proactive de ses dépenses à ce chapitre.

Depuis 2003, le Musée avait procédé en amont pour faire connaître les dépenses de voyage et d'accueil du président-directeur général et du directeur administratif. Cependant, en 2016-2017, après des analyses par le conseil d'administration et la direction, la liste a été élargie pour inclure les membres du conseil et les vice-présidents de la société. La société a aussi affiché ses dépenses liées aux voyages, à l'accueil et à des conférences sur son site Web.

En vertu des exigences, le Musée continuera de rendre compte des dépenses annuelles totales liées aux voyages, à l'accueil et aux conférences, y compris l'établissement d'une moyenne dans chacune de ces catégories de dépenses au cours des trois exercices précédents, au moyen de son plan d'entreprise.

Les installations et les coûts de fonctionnement

La société reste éprouvée par l'escalade des frais non discrétionnaires relatifs aux locaux et les réparations aux immobilisations. Avant le répit apporté par le budget de 2016, la société devait composer avec les réductions de son financement découlant de l'Examen stratégique de 2008-2009 et de la Réforme de l'approvisionnement prévue dans le budget de 2007. Ces réductions ont fini par forcer le Musée à réduire ses coûts en 2013-2014 afin d'avoir un budget équilibré. Le budget fédéral de 2016 a octroyé une somme de 15,463 millions de dollars, qui permettra de financer 15 projets de promotion de la santé et de la sécurité ces cinq prochaines années.

Les ressources financières

Environ 80 pour cent du financement total en 2017-2018 provient de crédits annuels du gouvernement du Canada; les 20 pour cent restants sont des revenus de provenance non gouvernementale.

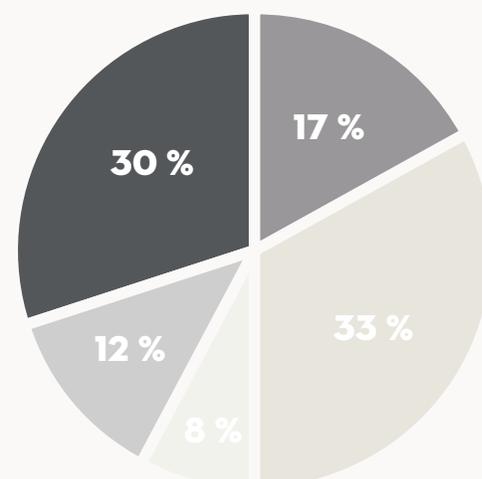
Ce tableau illustre la distribution des dépenses de la société en 2017-2018. Le fonctionnement et l'entretien des édifices des Musées absorbent 34 pour cent des ressources; 45 pour cent sont affectées aux activités qui sont au cœur du mandat, c'est-à-dire les activités de collection, de recherche et de diffusion du savoir; 13 pour cent vont aux technologies de l'information, aux finances, aux ressources humaines et à la gouvernance, et 8 pour cent aux activités génératrices de recettes, y compris les collectes de fonds, l'exploitation des boutiques et des restaurants, la location de salles, etc.

Les activités de financement

Le Musée a connu un immense succès dans la collecte de fonds au profit de la salle de l'Histoire canadienne en 2016-2017, parvenant à presque doubler son objectif de financement de 5 millions de dollars. Les dons au profit de la salle de l'Histoire canadienne en comptaient de substantiels de la Fondation Catherine et Fredrik Eaton, de la Fondation familiale Rossy, de la Fondation W. Garfield Weston et de la Fondation Wilson. La campagne du centenaire de la Première Guerre mondiale a aussi été couronnée de succès, ayant atteint 78 pour cent de sa cible de 3 millions de dollars et ayant reçu un important don de John et Elizabeth Irving. L'appel lancé par le Musée à l'été, qui demandait un soutien pour les expositions itinérantes du Musée de la guerre, a aussi été bien accueilli, si bien que l'objectif a été dépassé. Ces efforts sont stimulés par la toute première stratégie de gestion de la société, mise en œuvre en 2017, qui vise à accroître les activités d'intendance auprès des donateurs existants.

DÉPENSES TOTALES EN 2017-2018 PAR ACTIVITÉ DE PROGRAMME

- Expositions, éducation et communications
- Collections et recherche
- Locaux
- Activités génératrices de recettes
- Gestion de la société



ANALYSE DU RENDEMENT

Le résumé du rendement présenté dans cette section s'appuie sur les résultats recueillis en 2015-2016, en fonction du cadre de mesure du rendement décrit dans la section Profil de la société (deuxième section du plan d'entreprise). De plus amples détails sont fournis dans la section Objectifs, stratégies et mesures du rendement (section 5).

RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ, 2015-2016

Orientation stratégique 1 : Positionner le Musée comme une plaque tournante en histoire canadienne au Canada et partout dans le monde
Programmes connexes : expositions; éducation et communications; collection et recherche

Résumé du rendement

Tous les indicateurs du rendement étaient conformes aux cibles, donc aucune faiblesse n'a été constatée. La fréquentation sur place et le nombre de billets vendus aux deux Musées ont été plus élevés que prévu en raison d'une série d'expositions appréciées, qui incluait Thomas et ses amis, Gladiateurs, Vikings et Grandes Guerres. Grandes Femmes. Les mesures de suivi préconisées lors de vérifications correspondaient aux cibles. Elles comprenaient l'examen et le lancement du cadre de mesure du rendement ainsi que la préparation d'un plan officiel de formation et d'orientation pour les administrateurs. Tous les projets de recherche compris dans le plan de recherche progressent selon l'échéancier prévu ou sont terminés. Mentionnons, par exemple, les préparatifs pour la salle de l'Histoire canadienne (consultations, conception, rédaction de textes, etc.) et l'achèvement des recherches pour l'exposition Grandes Guerres. Grandes Femmes.

Orientation stratégique 2 : Tisser des liens entre les Canadiens et leur histoire, et refléter ces liens personnels dans tous les aspects de l'expérience vécue au Musée
Programmes connexes : Expositions, éducation et communications

Résumé du rendement

Tous les indicateurs du rendement étaient conformes aux cibles, donc aucune faiblesse n'a été constatée. Une sélection d'expositions spéciales, exceptionnellement solide, a permis de compenser la fermeture de la salle du Canada. Par exemple, Terry Fox - Courir au cœur du Canada a dépassé la cible de 21 pour cent avec 215 000 visiteurs et Vikings a dépassé la sienne de 53 pour cent avec 122 785 visiteurs. Les expositions itinérantes ont atteint l'objectif prévu. En faisaient partie Témoin - art canadien de la première guerre mondiale, à l'affiche à la Rooms Art Gallery à Terre-Neuve-et-Labrador, et Se battre en Flandre, à l'affiche au Musée du lac des Bois à Kenora, en Ontario.



Orientation stratégique 3 : Développer une collection qui reflète davantage l'histoire et le caractère distinctif du Canada
Programmes connexes : Collection et recherche

Résumé du rendement

Tous les indicateurs du rendement étaient conformes aux cibles, donc aucune faiblesse n'a été constatée. Il y a eu un total de 44 acquisitions d'une importance nationale qui reflètent l'histoire canadienne au cours de l'année. Au nombre des acquisitions, mentionnons une collection de 150 appelants pour la chasse à la sauvagine, de nombreux artefacts canadiens du collectionneur Peter Winkworth, divers souvenirs liés au hockey (p. ex. la bague de Guy Lafleur commémorant sa carrière) et une grande collection de lettres, de documents et de photographies ayant appartenu au premier lieutenant Sigmund Elias Lyons, datant de la Première Guerre mondiale.

Orientation stratégique 4 : Établir des partenariats et des réseaux dynamiques partout au Canada et sur la scène internationale dans un intérêt mutuel
Programmes connexes : Expositions, éducation et communications; Gestion de la société

Résumé du rendement

Tous les indicateurs du rendement étaient conformes aux cibles, donc aucune faiblesse n'a été constatée. Au nombre des collaborations et des partenariats mis en place, mentionnons, entre autres, le partenariat avec l'ambassade des États-Unis pour une discussion en groupe sur le trafic illicite de biens culturels et celui avec le Musée de l'aviation et de l'espace du Canada pour l'exposition Un ciel meurtrier. Le Réseau canadien des musées d'histoire a été très actif tout au long de l'année, entre autres avec la signature d'accords de prêt d'artefacts avec le Musée royal de l'Alberta et le Musée de la Nouvelle-Écosse, ainsi qu'avec l'ajout de l'exposition Canada : Jour 1 du Musée canadien de l'immigration du Quai 21.

Orientation stratégique 5 : Veiller à ce que le Musée dispose des ressources financières dont il a besoin pour s'acquitter de son mandat
Programmes connexes : Gestion de la société; Locaux

Résumé du rendement

Deux des trois indicateurs du rendement ont atteint les cibles fixées pour l'exercice. La valeur des activités génératrices de revenus surpasse les cibles de façon significative par rapport à l'année précédente. Cette situation est principalement attribuable à une hausse des droits d'entrée et à une solide offre d'expositions. Les ventes dans les boutiques ont aussi augmenté en raison d'une fréquentation plus élevée et du lancement de nouveaux produits. De plus, les trois projets d'immobilisations progressent comme prévu : la migration de CINÉ+ vers un système de projection au laser 4K de films 3D ainsi que la mise à niveau du système d'alarme-incendie des Musées ont été effectuées en respectant les échéances et le budget; la construction de la salle de l'Histoire canadienne sera achevée avant le 1^{er} juillet 2017. Une faiblesse a été observée du côté du financement, où les résultats étaient deçà des cibles, en raison de l'impossibilité de confirmer une proposition de don majeur. La mise en œuvre au cours de l'exercice 2016-2017 de stratégies de financement et de gérance a depuis lors donné lieu à une année très fructueuse au chapitre du financement.



5

OBJECTIFS, STRATÉGIES ET MESURES DU RENDEMENT





OBJECTIFS, STRATÉGIES ET MESURES DU RENDEMENT

POINTS SAILLANTS DU RENDEMENT :

BUTS DE L'EXERCICE 2016-2017 ET POINTS SAILLANTS DES CIBLES FIXÉES POUR 2017 À 2022

La société a cerné les points saillants du rendement pour l'exercice en cours, 2016-2017, en plus de relever les projets et les priorités de la période de planification de 2017 à 2022. Ceux-ci, fondés sur les orientations stratégiques de la période 2015-2020, sont précisés ci-dessous. Le Musée a aussi mis en

relief les résultats escomptés de façon à refléter les indicateurs de rendement sous chaque orientation stratégique. De tels indicateurs servent à mesurer la réussite d'activités et de programmes clés.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 :

Positionner le Musée comme une plaque tournante en histoire canadienne, au Canada et partout dans le monde

Programmes connexes : Expositions, éducation et communications; Collection et recherche

RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Expositions, éducation et communications : Les Musées développent et communiquent le savoir et l'expertise, et accroissent la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de leurs recherches, leurs expositions, leurs programmes éducatifs et leurs publications.

Collection et recherche : Les Musées acquièrent 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 HAUT NIVEAU DE LA SOCIÉTÉ PENDANT LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

- Développer et lancer la nouvelle salle de l'Histoire canadienne le 1^{er} juillet 2017 en tant que projet patrimonial de Canada 150
- Présenter des expositions et des programmes publics commémorant le centenaire de la Première Guerre mondiale
- Établir une programmation promise au succès pour l'espace d'exposition réservé aux ressources documentaires de Bibliothèque et Archives Canada



INDICATEURS DU RENDEMENT

Indicateur du rendement	2016-2017 Cible annuelle	2017-2018 Cible annuelle	2018-2019 Cible annuelle	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle	2021-2022 Cible annuelle
Fréquentation des musées (en milliers)						
MCH:	1 000	1 250	1 200	1 200	1 200	1 200
MCG:	435	450	425	425	425	425
Total:	1 435	1 700	1 625	1 625	1 625	1 625
Entrées payées (en milliers)						
MCH:	420	500	480	480	480	480
MCG:	210	220	205	205	205	205
Total:	630	720	685	685	685	685
Nombre de mesures de suivi des recommandations de vérification qui ont été complétées						
MCH:	5	12	4	4	4	4
Nombre de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés						
MCH:	20	23	30	30	30	30
MCG:	11	11	9	9	9	9
Total:	31	34	39	39	39	39

POINTS SAILLANTS DU RENDEMENT BUTS DE L'EXERCICE 2016-2017

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Fréquentation des musées	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none"> • 1,000,000 Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • 435,000
Entrées payées	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none"> • 420,000 Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • 210,000
Nombre de mesures de suivi des recommandations de vérification ayant été complétées	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • Vérification de la planification des ressources humaines
Nombre de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none"> • Contenu de la salle de l'Histoire canadienne • Recherche sur les traités, négociations, mise en œuvre et rapatriement • Travaux archéologiques sur le terrain et anthropologie physique Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • Recherche et préparation d'expositions spéciales, de programmes et de produits spéciaux sur des thèmes liés à la Première Guerre mondiale dans le contexte du centenaire • Recherche visant à appuyer le remaniement des expositions permanentes pour rendre compte de recherches nouvelles, ajouter de nouvelles collections et enrichir l'expérience du visiteur • Recherche et préparation d'expositions, de programmes ou de produits sur des thèmes liés à la guerre et à la société en général

POINTS SAILLANTS DES CIBLES FIXÉES POUR 2017 À 2022

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Fréquentation des Musées	2017-2018	Musée canadien de l'histoire • 1 250 000 Musée canadien de la guerre • 450 000
	2018-2019	Musée canadien de l'histoire • 1 200 000 Musée canadien de la guerre • 425 000
	2019-2020	Musée canadien de l'histoire • 1 200 000 Musée canadien de la guerre • 425 000
	2020-2021	Musée canadien de l'histoire • 1 200 000 Musée canadien de la guerre • 425 000
	2021-2022	Musée canadien de l'histoire • 1 200 000 Musée canadien de la guerre • 425 000
Entrées payées	2017-2018	Musée canadien de l'histoire • 500 000 Musée canadien de la guerre • 220 000
	2018-2019	Musée canadien de l'histoire • 480 000 Musée canadien de la guerre • 205 000
	2019-2020	Musée canadien de l'histoire • 480 000 Musée canadien de la guerre • 205 000
	2020-2021	Musée canadien de l'histoire • 480 000 Musée canadien de la guerre • 205 000
	2021-2022	Musée canadien de l'histoire • 480 000 Musée canadien de la guerre • 205 000

POINTS SAILLANTS DES CIBLES FIXÉES POUR 2017 À 2022

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Nombre de mesures de suivi liées à des recommandations de vérification menées à bien	2017-2018	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> Vérification du projet de la salle de l'Histoire canadienne et de la stratégie de recherche
	2018-2019	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> On déterminera s'il y a lieu de procéder à un audit lors de l'examen du plan de vérification axé sur le risque.
	2019-2020	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> On déterminera s'il y a lieu de procéder à un audit lors de l'examen du plan de vérification axé sur le risque.
	2020-2021	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> On déterminera s'il y a lieu de procéder à un audit lors de l'examen du plan de vérification axé sur le risque.
	2021-2022	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> On déterminera s'il y a lieu de procéder à un audit lors de l'examen du plan de vérification axé sur le risque.
Nombre de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés	2017-2018	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none"> Contenu de la salle de l'Histoire canadienne Recherche sur les traités, négociations, mise en œuvre et rapatriement Examen et rationalisation des collections Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> Participation active à la recherche actuelle et à son évolution, à l'interprétation et à l'analyse de l'histoire militaire canadienne, au pays et à l'étranger Recherche et préparation d'expositions spéciales, de programmes et de produits autour de thèmes liés à la Seconde Guerre mondiale dans le contexte du 75^e anniversaire Recherche et préparation d'expositions, de programmes ou de produits sur des thèmes liés à la guerre et à la société en général
	2018-2019	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none"> Préparation du contenu de la Salle des Premiers Peuples Projet d'histoire orale Examen et rationalisation des collections Recherche sur les traités, négociations, mise en œuvre et rapatriement Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> Recherche visant à appuyer le remaniement des expositions permanentes pour rendre compte de recherches nouvelles, ajouter de nouvelles collections et enrichir l'expérience du visiteur Recherche et préparation d'expositions, de programmes ou de produits sur des thèmes liés à la guerre et à la société en général Recherche et préparation d'expositions spéciales, de programmes et de produits autour de thèmes liés à la Seconde Guerre mondiale dans le contexte du 75^e anniversaire

POINTS SAILLANTS DU RENDEMENT BUTS DE L'EXERCICE 2016-2017

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Nombre de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés

2019-2020

Musée canadien de l'histoire

- Préparation du contenu de la Salle des Premiers Peuples
- Recherche sur les traités, négociations, mise en œuvre et rapatriement
- Collection Mercure et publications savantes

Musée canadien de la guerre

- Recherche et préparation d'expositions spéciales, de programmes et de produits autour de thèmes liés à la Seconde Guerre mondiale dans le contexte du 75^e anniversaire
 - Recherche visant à appuyer le remaniement des expositions permanentes pour rendre compte de recherches nouvelles, ajouter de nouvelles collections et enrichir l'expérience du visiteur
 - Participation active à la recherche actuelle et à son évolution, à l'interprétation et à l'analyse de l'histoire militaire canadienne, au pays et à l'étranger
-

2020-2021

Musée canadien de l'histoire

- Travaux archéologiques et anthropologie physique
- Projet d'histoire orale
- Recherche sur les traités, négociations, mise en œuvre et rapatriement

Musée canadien de la guerre

- Recherche visant à appuyer le remaniement des expositions permanentes pour rendre compte de recherches nouvelles, ajouter de nouvelles collections et enrichir l'expérience du visiteur
 - Recherche et préparation d'expositions spéciales, de programmes et de produits autour de thèmes liés à la Seconde Guerre mondiale dans le contexte du 75^e anniversaire
 - Participation active à la recherche actuelle et à son évolution, à l'interprétation et à l'analyse de l'histoire militaire canadienne, au pays et à l'étranger
-

2021-2022

Musée canadien de l'histoire

- Recherche sur les traités, négociations, mise en œuvre et rapatriement
- Grande exposition temporaire ou itinérante
- Projet d'histoire orale

Musée canadien de la guerre

- Recherche visant à appuyer le remaniement des expositions permanentes pour rendre compte de recherches nouvelles, ajouter de nouvelles collections et enrichir l'expérience du visiteur
 - Participation active à la recherche actuelle et à son évolution, à l'interprétation et à l'analyse de l'histoire militaire canadienne, au pays et à l'étranger
-

ORIENTATION STRATÉGIQUE 2 :

Tisser des liens entre les Canadiens et leur histoire et refléter ces liens personnels dans tous les aspects de l'expérience muséale

Programmes connexes : Expositions, éducation et communications

RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Expositions, éducation et communications : Les Musées développent et communiquent le savoir et l'expertise, et accroissent la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de leurs recherches, leurs expositions, leurs programmes éducatifs et leurs publications.

PRIORITÉS DE HAUT NIVEAU DE LA SOCIÉTÉ PENDANT LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

- Concevoir des expositions sur des thèmes revêtant une pertinence personnelle pour les visiteurs des Musées, comme Hockey et Les 100 derniers jours
- Présenter dans la capitale nationale des expositions conçues par des musées canadiens partenaires qui ajoutent des perspectives communautaires au récit national
- Amener les visiteurs du Musée à utiliser les plateformes actuelles et émergentes

INDICATEURS DU RENDEMENT

Indicateur du rendement	2016-2017 Cible annuelle	2017-2018 Cible annuelle	2018-2019 Cible annuelle	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle	2021-2022 Cible annuelle
Nombre d'expositions temporaires qui apportent un angle communautaire à un récit national						
MCH	4	5	3	3	3	3
MCG	3	3	3	2	2	2
Total:	7	8	6	5	5	5
Nombre d'inauguration d'expositions itinérantes qui tissent des liens entre les canadiens et leur histoire						
MCH	19	22	22	22	22	22
MCG	9	17	15	15	15	15
Total:	29	39	37	37	37	37



POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2016-2017

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Nombre d'expositions spéciales qui apportent les points de vue de communautés au récit national

Canadian Museum of History

- **Ruée vers l'or! – El Dorado en Colombie-Britannique** : Organisée par le Royal BC Museum en collaboration avec le Musée canadien de l'histoire, cette exposition raconte l'histoire de ce métal précieux à l'éclat intemporel.
- **Les femmes de bien ne veulent pas voter** : Organisée par le Musée du Manitoba et présentée par le Musée canadien de l'histoire, cette exposition souligne le 100^e anniversaire de la *Loi électorale* du Manitoba, qui a fait de cette province la première au Canada à accorder le droit de vote aux femmes et à leur permettre d'occuper un poste électif.
- **Banques et finances au Klondike (de 1896 à 1906)** : Cette exposition réalisée par le Musée de la monnaie de la Banque du Canada et présentée au Musée canadien de l'histoire montre quelques-uns des instruments financiers et des devises qu'il était possible d'utiliser pendant la ruée vers l'or au Yukon.
- **Le hockey au Canada – plus qu'un simple jeu** : Réalisée par le Musée canadien de l'histoire en collaboration avec des partenaires du Réseau des musées d'histoire, cette exposition explore le hockey dans toutes ses dimensions, du petit étang gelé aux patinoires de la LNH.

Musée canadien de la guerre

- **100 jours de bataille** : Cette exposition examine de près la période de la Première Guerre mondiale où les combats ont été les plus intenses pour les Canadiens. Elle raconte l'histoire des défis, des succès et des pertes du Corps canadien dans les 100 derniers jours de la Guerre.
- **Tunnels de Vimy** : Cette exposition montre les graffitis et d'autres marques de gravures laissés par les Canadiens dans les tunnels du front de l'Ouest, y compris les récents travaux visant à les préserver par numérisation et imagerie 3D.
- **Guerre et médias** : Cette exposition réalisée de concert avec des musées américains et européens explore l'histoire et l'évolution des reportages dans les zones de guerre, l'utilisation des médias comme outils de propagande, le rôle des médias dans la société et les principes de l'intégrité journalistique.

Nombre d'inaugurations d'expositions itinérantes qui tissent des liens entre les Canadiens et leur histoire

Musée canadien de l'histoire

- **Les enfants font la fête!** – Exposition sur l'importance et la diversité des fêtes célébrées au Canada
 - Musée des enfants de Winnipeg (Manitoba)
 - Galt Museum, Lethbridge (Alberta)
 - Musée de Timmins, Timmins (Ontario)
- **Coup de patins! La passion canadienne pour le patinage** – Exposition sur le patinage, de ses origines européennes au rêve olympique canadien
 - Kitimat Museum, Kitimat (Colombie-Britannique)
 - Musée des pionniers du comté d'Elgin, St. Thomas (Ontario)
- **Terry Fox : Courir au cœur du Canada** – Une exposition biographique qui rappelle les grands moments du parcours canadien de Terry Fox
 - Centre Diefenbaker, Saskatoon (Saskatchewan)
 - Panthéon des sports canadiens, Calgary (Alberta)
 - Peel Art Gallery, Brampton (Ontario)
 - Nanaimo Museum, Nanaimo (Colombie-Britannique)

Musée canadien de la guerre

- **Témoin : Art canadien de la Première Guerre mondiale** – Exposition examinant comment des Canadiens ont traduit leurs expériences de la Première Guerre mondiale sous une forme artistique
 - Galerie d'art Beaverbrook, Fredericton (Nouveau-Brunswick)
- **Se battre en Flandre** - Exposition conçue pour aider les visiteurs à mieux comprendre les expériences des soldats canadiens en Belgique
 - Ambassade de Belgique, Ottawa (Ontario)
 - Sooke Region Museum, Sooke (Colombie-Britannique)

POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2017 À 2021

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Nombre d'expositions spéciales apportant les points de vue de communautés au récit national	2017-2018	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none">• Exposition sur les trésors des archives canadiennes : première présentation – Exposition emblématique consacrée au patrimoine documentaire du Canada, réalisée en partenariat avec Bibliothèque et Archives Canada• Canada : Jour 1 – Exposition produite par le Musée canadien de l'immigration du Quai 21, qui explore les diverses expériences vécues par les immigrants, de l'époque de la Confédération jusqu'à nos jours• Sir John Franklin et la recherche du passage du Nord-Ouest : Exposition réalisée en partenariat avec Parcs Canada et le National Maritime Museum des Royal Museums of Greenwich, qui porte sur l'histoire de la recherche du passage du Nord-Ouest et le dernier voyage désastreux de sir John Franklin en 1845 Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none">• Exposition sur la Seconde Guerre mondiale – Exposition racontant la plus importante opération militaire de l'histoire canadienne, l'invasion de l'Europe en Normandie et les fronts de la Sicile et d'ailleurs en Italie• Préparation et présentation de nouvelles expositions sur la Première Guerre mondiale dans le contexte du centenaire; préparation et présentation de nouvelles expositions reliées à la guerre et à la société, y compris Vimy – Au-delà de la bataille, qui souligne le 100^e anniversaire de la bataille de la crête de Vimy
	2018-2019	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none">• Exposition sur les trésors des archives canadiennes : deuxième présentation – Exposition emblématique consacrée au patrimoine documentaire du Canada, réalisée en partenariat avec Bibliothèque et Archives Canada• Notman : Une vision moderne – exposition spéciale réalisée par le Musée McCord, qui explore le travail et l'héritage de William Notman, un pionnier de la photographie au Canada• L'expression de l'Arctique moderne : Dessins de la région nord de l'île de Baffin, 1964 – Exposition réalisée en partenariat avec l'Agnes Etherington Art Centre, qui explore la Collection Terry Ryan, une importante série d'esquisses d'Inuits du nord de l'île de Baffin, dans l'Arctique canadien de 1964 Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none">• Portraits de Canadiens et Canadiennes pendant la Seconde Guerre mondiale – Exposition tirant de l'exhaustive Collection d'art militaire Beaverbrook quelques-uns des meilleurs portraits canadiens de l'époque de la Seconde Guerre mondiale• Petite exposition liée aux médias, aux arts et à la société• Grande exposition consacrée à la Seconde Guerre mondiale
	2019-2021	Musée canadien de l'histoire <ul style="list-style-type: none">• Expositions internes à déterminer• Expositions de partenaires du réseau à déterminer Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none">• Préparation et présentation de nouvelles expositions sur la guerre et la société• Préparation et présentation d'expositions, de programmes ou de produits en partenariat avec des organismes locaux, régionaux, nationaux ou internationaux• Préparation et présentation d'expositions spéciales sur des thèmes liés à la Seconde Guerre mondiale dans le contexte du 75^e anniversaire

POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2017 À 2021

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

<p>Nombre d'expositions spéciales apportant les points de vue de communautés au récit national</p>	<p>2021-2022</p>	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expositions internes à déterminer • Expositions de partenaires du réseau à déterminer <p>Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparation et présentation de nouvelles expositions sur la guerre et la société • Préparation et présentation d'expositions, de programmes ou de produits en partenariat avec des organismes locaux, régionaux, nationaux ou internationaux • Préparation et présentation d'expositions spéciales sur des sujets reliés à des conflits récents ou contemporains
<p>Nombre d'inaugurations d'expositions itinérantes tissant des liens entre les Canadiens et leur histoire</p>	<p>2017-2018 à 2021-2022</p>	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les enfants font la fête! – en attente de contrats • Coup de patins! La passion canadienne pour le patinage – en attente de contrats • Terry Fox : Courir au cœur du Canada – en attente de contrats • Neige – en attente de contrats • Le Canada sur le vif – en attente de contrats • L'expression de l'Arctique moderne : Dessins de la région nord de l'île de Baffin, 1964 – en attente de contrats • 1867 : Rébellion et Confédération – en attente de contrats • Le hockey au Canada : Plus qu'un simple jeu – en attente de contrats • Possibilité de quatre nouvelles expositions itinérantes <p>Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Témoignage : Art canadien de la Première Guerre mondiale – en attente de contrats • Se battre en Flandre – en attente de contrats • Étrangers ennemis : L'internement au Canada, 1914-1920 – en attente de contrats • Les salles de la Légion – en attente de contrats • Un ciel meurtrier : Guerre aérienne, 1914-1918 – en attente de contrats • Vimy : Bataille. Monument. Icône. – en attente de contrats • Possibilité de quatre nouvelles expositions itinérantes



ORIENTATION STRATÉGIQUE 3 :

Développer une collection qui reflète davantage l'histoire et le caractère distinctif du Canada

Programmes connexes : Collection et recherche

RÉSULTATS ESCOMPTÉS

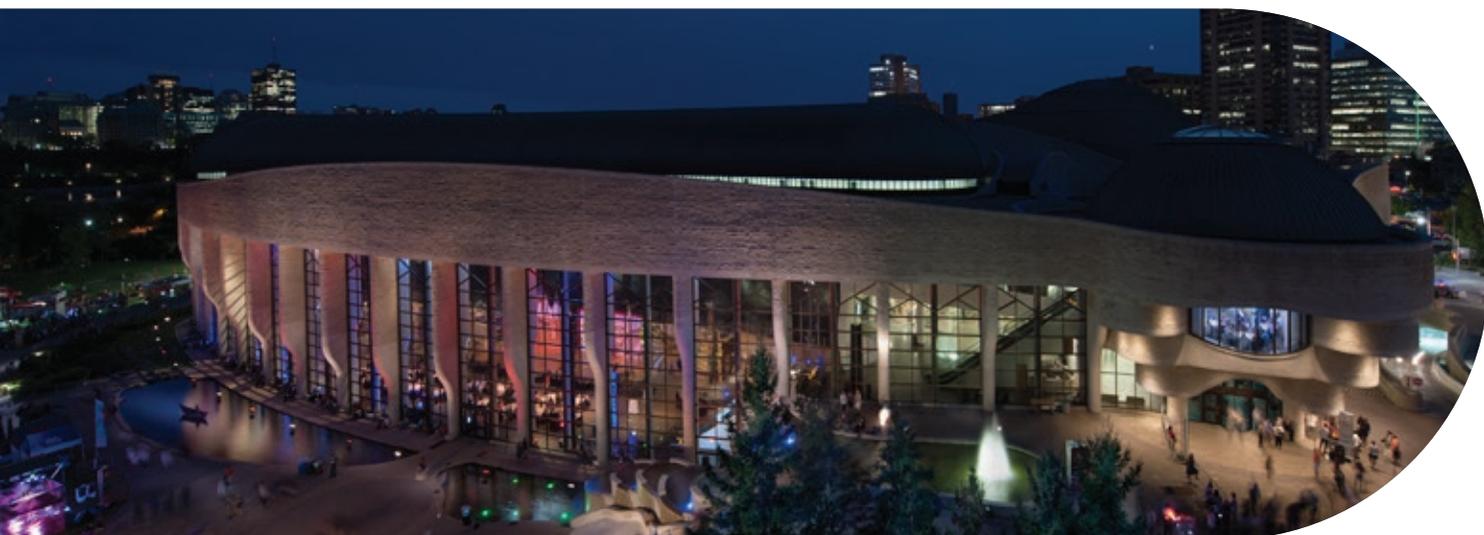
Collection et recherche : Les Musées acquièrent des collections pour préserver l'histoire sociale, culturelle, humaine, militaire et politique du Canada, poursuivre des recherches à son sujet et la documenter afin d'en refléter le patrimoine, l'histoire et l'identité.

PRIORITÉS DE HAUT NIVEAU DE LA SOCIÉTÉ PENDANT LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

- Veiller à ce que les stratégies d'acquisition des Musées soient axées sur la collection d'objets revêtant une importance historique
- Accroître les efforts déployés pour faire des acquisitions en tissant des liens avec les collectionneurs et en poursuivant activement les projets sur ce plan (p. ex. le Bluenose)
- Positionner les Musées en tant que dépositaires nationaux d'objets reflétant et ayant façonné l'histoire du Canada

INDICATEUR DU RENDEMENT

Indicateur du rendement	2016-2017 Cible annuelle	2017-2018 Cible annuelle	2018-2019 Cible annuelle	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle	2021-2022 Cible annuelle
Nombre d'acquisition d'une importance nationale qui reflètent l'histoire canadienne						
MCH	12	16	16	16	16	16
MCG	20	20	20	20	20	20
Total:	32	36	36	36	36	36



POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2016-2017

Programme 2 : Collection et recherche

Nombre d'acquisitions d'une importance nationale reflétant l'histoire canadienne

Musée canadien de l'histoire

- Développement de collections à l'appui du projet de la salle de l'Histoire canadienne
- Concentration des efforts sur les acquisitions, par exemple pour la salle de l'Histoire canadienne, la mise en œuvre des ententes de rapatriement et la poursuite d'autres possibilités clés
- Développement de collections à l'appui du projet d'histoire orale

Musée canadien de la guerre

- Acquisition de matériel et d'artefacts sur la Première Guerre mondiale pour en souligner le centenaire
- Acquisition de matériel et d'artefacts sur la participation du Canada aux déploiements dans la guerre de Corée et la guerre froide canadienne
- Acquisition d'artefacts pour mieux raconter l'histoire militaire du Canada avant la Première Guerre mondiale et au XIX^e siècle

POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2017 À 2021

Programme 2 : Collection et recherche

Nombre d'acquisitions d'une importance nationale reflétant l'histoire canadienne

2017-2021

Musée canadien de l'histoire

- Développement du contenu de collections, conformément au plan de gestion des collections de 10 ans
- Développement de collections à l'appui des expositions permanentes (Salle des Premiers Peuples)
- Développement de collections à l'appui du projet d'histoire orale

Musée canadien de la guerre

- Acquisition de matériel et d'artefacts sur la Seconde Guerre mondiale pour souligner son 75^e anniversaire
- Acquisition de matériel et d'artefacts sur l'histoire des militaires canadiens en temps de paix et de guerre ainsi que des Canadiens en général, soit mobilisés, soit se préparant à la guerre, pour mieux raconter leur histoire
- Acquisition d'artefacts qui aideront à raconter l'histoire militaire du Canada avant la Première Guerre mondiale et au XIX^e siècle

2021-2022

Musée canadien de l'histoire

- Développement du contenu de collections, conformément au plan de gestion des collections de 10 ans
- Développement de collections à l'appui des expositions permanentes (Salle des Premiers Peuples)
- Développement de collections à l'appui du projet d'histoire orale

Musée canadien de la guerre

- Acquisition de matériel et d'artefacts sur la Seconde Guerre mondiale pour souligner son 75^e anniversaire
- Acquisition de matériel et d'artefacts sur l'histoire des militaires canadiens en temps de paix et de guerre ainsi que des Canadiens en général, soit mobilisés, soit se préparant à la guerre, pour mieux raconter leur histoire
- Acquisition d'artefacts qui aideront à raconter l'histoire militaire du Canada avant la Première Guerre mondiale et au XIX^e siècle

ORIENTATION STRATÉGIQUE 4 :

Établir des partenariats et des réseaux dynamiques partout au Canada et sur la scène internationale dans un intérêt mutuel

Programmes connexes : Expositions, éducation et communications; Gestion de la société

RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Expositions, éducation et communications : Les Musées développent et communiquent le savoir et l'expertise, et accroissent la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de leurs recherches, leurs expositions, leurs programmes éducatifs et leurs publications.

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

PRIORITÉS DE HAUT NIVEAU DE LA SOCIÉTÉ PENDANT LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

- Poursuivre l'expansion du Réseau canadien des musées d'histoire pour y inclure des musées et centres culturels des Premières Nations
- Lancer des partenariats avec des institutions aux vues similaires, ou y prendre part (p. ex. consortiums internationaux à grande échelle, institutions culturelles locales)
- Continuer d'établir et de mettre à profit des partenariats internationaux pour faire mieux connaître aux Canadiens l'histoire et les cultures du monde

INDICATEURS DU RENDEMENT

Indicateur du rendement	2016-2017 Cible annuelle	2017-2018 Cible annuelle	2018-2019 Cible annuelle	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle	2021-2022 Cible annuelle
Nombre de partenariats et/ou de projets de collaboration amorcés						
MCH	19	15	15	15	15	15
MCG	7	7	7	7	7	7
Total:	26	22	22	22	22	22
Nombre de projets lancés par l'intermédiaire du réseau des musées de l'histoire						
MCH	10	10	10	10	10	10
MCG						
Total:	10	10	10	10	10	10



POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2016-2017

Programme 3 : Gestion de la société

Nombre de partenariats ou de projets de collaboration amorcés

Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre

- Établissement d'un nouveau partenariat par trimestre à l'appui des orientations stratégiques du conseil d'administration

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Nombre de projets lancés par l'intermédiaire du Réseau canadien des musées d'histoire

Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre

- Projet d'exposition sur le hockey lancé par le Réseau canadien des musées d'histoire en vue d'une exposition à Pointe-à-Callière
- Maintien du Réseau des musées d'histoire par une hausse du nombre de membres et le lancement de projets de concert avec le Réseau et ses partenaires Ces projets couvrent les activités suivantes : les expositions, la recherche, les programmes, les ressources et installations, et les collections

POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2017 À 2021

Programme 3 : Gestion de la société

Nombre de partenariats ou de projets de collaboration amorcés

2017-2022

Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre

- Établissement d'un nouveau partenariat par trimestre à l'appui des orientations stratégiques du conseil d'administration

Programme 1 : Expositions, éducation et communications

Nombre de projets lancés par l'intermédiaire du Réseau canadien des musées d'histoire

2017-2022

Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre

- Maintien du Réseau des musées d'histoire par une hausse du nombre de membres et le lancement de projets de concert avec le Réseau et ses partenaires Ces projets couvrent les activités suivantes : les expositions, la recherche, les programmes, les ressources et installations, et les collections.



ORIENTATION STRATÉGIQUE 5 :

Veiller à ce que le Musée dispose des ressources financières pour s'acquitter de son mandat

Programmes connexes : Gestion de la société; Installations matérielles

RÉSULTATS ESCOMPTÉS

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

Installations matérielles : 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 HAUT NIVEAU DE LA SOCIÉTÉ PENDANT LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

- Continuer d'élaborer des stratégies novatrices et responsables pour diversifier les sources de revenus
- Continuer de mettre en œuvre des stratégies de financement
- Continuer de mobiliser les parties intéressées dans l'élaboration d'un nouveau modèle de financement qui comprendrait une protection contre l'inflation

INDICATEURS DU RENDEMENT

No.	Indicateur du rendement	2016-2017 Cible annuelle	2017-2018 Cible annuelle	2018-2019 Cible annuelle	2019-2020 Cible annuelle	2020-2021 Cible annuelle	2021-2022 Cible annuelle
10	Valeur des activités de financement (en milliers)						
	MCH et MCG	3,100	1,500	2,050	2,050	2,000	2,000
11	Valeurs des activités génératrices de recettes (en milliers)						
	MCH et MCG	13,713	16,357	16,044	15,936	16,105	16,105
12	Nombre d'importants projets d'immobilisations progressant comme prévu						
	MCH	3	4	4	4	4	4
	MCG	0	0	1	1	1	1
	Total:	3	4	5	5	5	5



POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2016-2017

Programme 3 : Gestion de la société

Valeur des activités de financement	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • Salle de l'Histoire canadienne 1 500 000\$ • Centenaire de la Première Guerre mondiale : 850 000\$ • Financement de base : 750 000\$
Valeur de toutes les activités génératrices de recettes	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 4 370 000 \$ • Recettes des boutiques : 1 250 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 2 790 000 \$ <p>Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 1 595 000 \$ • Recettes des boutiques : 500 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 1 195 000 \$

Programme 4 : Installations matérielles

Nombre d'importants projets d'immobilisations progressant comme prévu	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • Salle de l'Histoire canadienne
--	---

POINTS SAILLANTS – BUTS DE L'EXERCICE 2017 À 2021

Programme 3 : Gestion de la société

Valeur des activités de financement	2017-2018	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • Salle de l'Histoire canadienne 550 000 \$ • Centenaire de la Première Guerre mondiale : 600 000 \$ • Financement de base : 350 000 \$
	2018-2019	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • 1 500 000 \$
	2019-2020	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • 2 000 000 \$
	2020-2021	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • 2 000 000 \$
	2021-2022	Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre <ul style="list-style-type: none"> • 2 000 000 \$
Valeur des activités génératrices de recettes	2017-2018	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 5 750 000 \$ • Recettes des boutiques : 1 525 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 3 215 000 \$ <p>Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 2 000 000 \$ • Recettes des boutiques : 570 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 1 100 000 \$

2018-2019	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 5 560 000 \$ • Recettes des boutiques : 1 465 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 3 225 000 \$ <p>Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 1 870 000 \$ • Recettes des boutiques : 535 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 1 075 000 \$
2019-2020	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 5 560 000 \$ • Recettes des boutiques : 1 465 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 3 225 000 \$ <p>Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 1 870 000 \$ • Recettes des boutiques : 535 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 1 075 000 \$
2020-2021	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 5 560 000 \$ • Recettes des boutiques : 1 465 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 3 225 000 \$
2021-2022	<p>Musée canadien de l'histoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Admission Revenues: \$5,560,000 • Boutique Revenues: \$1,465,000 • Rentals, Food and Parking Revenues: \$3,225,000 <p>Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recettes provenant des droits d'entrée : 1 870 000 \$ • Recettes des boutiques : 535 000 \$ • Recettes tirées de la location de salles, des services alimentaires et du stationnement : 1 075 000 \$

Programme 4 : Installations matérielles

Nombre d'importants projets d'immobilisations progressant comme prévu	2017-2018	<p>Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salle de l'Histoire canadienne • Remplacement des appareils de traitement de l'air • Remplacement de la tuyauterie des gicleurs dans le garage • Remise en état de la génératrice de secours
	2018-2022	<p>Musée canadien de l'histoire et Musée canadien de la guerre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Musée canadien des enfants • Remplacement des appareils de traitement de l'air • Remplacement des panneaux de distribution électrique • Réparations au parc de stationnement • Remplacement du contrôleur d'éclairage au MCH et au MCG

6

ÉTATS FINANCIERS, 2017-2018 À 2021-2022



NEW WORLD DISORDER / NOUVEAU DÉSORDRE MONDIAL

GULF
CRISIS

1990-1991

THE GULF WAR
LA GUERRE DU GOLFE

NEW WORLD DISORDER NOUVEAU DÉSORDRE MONDIAL



“ A new world order can emerge: a new era free from the threat of terror, stronger in the pursuit of justice, and more secure in the quest for peace. ”
George H. W. Bush, President of the United States, 11 September 1990

« Un nouvel ordre mondial peut naître, une nouvelle ère moins menacée par la terreur, plus forte dans la poursuite de la justice et plus sûre dans la quête de la paix. »
- George H. W. Bush, président des États-Unis, 11 septembre 1990

ÉTATS FINANCIERS, 2017-2018 À 2021-2022

BILAN PRO FORMA

Au 31 mars

(milliers de dollars)	2015-2016 Réal	2016-2017 Prévision	2017-2018 Projection	2018-2019 Projection	2019-2020 Projection	2020-2021 Projection	2021-2022 Projection
ACTIF							
Actif à court terme							
Trésorerie	20 481	20 481	11 383	6,561	2,998	2,702	2,076
Encaisse et placements affectés	1 842	1 842	4 954	2,316	2,312	2,312	2,312
Placements	2 732	2 732	6 800	2,000	8,000	2,000	2,000
Créances	2 070	2 070	2 800	2,000	2,000	2,000	2,000
Stocks	885	885	1 000	1,000	1,000	1,000	1,000
Charges payées d'avances	813	813	845	500	500	500	500
	28 823	28 823	27 782	14,377	16,810	10,514	9,888
Autres actifs							
Encaisse et placements affectés	12 162	13 162	13 162	11,150	10,654	10,654	10,654
Placements	49 629	46 200	46 200	43,020	35,020	34,020	28,520
Collection	1	1	1	1	1	1	1
Immobilisations	242 396	248 020	248 020	245,182	240,159	232,973	222,891
	304 188	307 383	307 383	299,353	285,834	277,648	262,066
	333 011	322 153	313 730	302 644	288 162	271 954	271 954
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES							
Passif à court terme							
Créditeurs et charges à payer	21 070	13 866	12 866	11 866	11 366	10 866	10 866
Apports reportés et produit reporté	7 770	11 712	8 512	7 912	7 412	7 412	7 412
Tranche à court terme des avantages sociaux futurs	1 828	250	250	250	250	250	250
	30 668	25 828	21 628	20 028	19 028	18 528	18 528
Autres passifs							
Avantages sociaux futurs	5 842	9 842	10 442	11 042	11 642	12 242	12 842
Crédit parlementaire reporté - Fonds de la collection nationale	10 670	10 520	10 070	9 670	9 670	9 670	9 670
Apports reportés liés aux immobilisations	217 171	222 795	213 833	206 810	196 124	181 942	165 934
	233 683	243 157	234 345	227 522	217 436	203 854	188 446
Actif net							
Non affecté	23 803	8 803	8 803	8 803	8 803	8 803	8 803
Affecté pour le renouvellement des expositions permanentes	0	15 000	15 000	15 000	15 000	14 600	13 800
Investissement en actif immobilisé	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868
Gains de réévaluation cumulés	3 989	1 509	1 509	1 509	1 509	1 509	1 509
	68 660	66 180	66 180	66 180	66 180	65 780	64 980
	333 011	335 165	322 153	313 730	302 644	288 162	271 954

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

ÉTAT DES RÉSULTATS PRO FORMA

Pour les exercices terminés le 31 mars 2016 à 2022

(milliers de dollars)	2015-2016 Réel	2016-2017 Prévision	2017-2018 Projection	2018-2019 Projection	2019-2020 Projection	2020-2021 Projection	2021-2022 Projection
Financement gouvernemental							
Crédit parlementaire - MCH	66 586	66 199	66 199	66 199	66 194	66 194	66 194
Plus: Projet d'histoire	17 000	0	0	0	0	0	0
Plus: Budget 2016							
Immobilisations	0	1 107	2 331	5 375	5 046	1 604	0
Financement pour PÉRI	0	7 200	0	0	0	0	0
Financement opérationnelle	0	3 070	3 070	3 070	3 070	3 070	3 070
Prévision du financement à recevoir:							
Revendications territoriales globales	0	0	464	464	464	464	464
Transfert de Patrimoine canadien	0	0	160	0	0	0	0
Conventions collectives	0	0	1 263	2 012	2 710	3 423	4 123
Montant reporté pour des projets particuliers	(2 281)	(5 599)	(2 200)	(2 200)	(2 200)	(2 200)	(2 200)
Crédits parlementaires reportés utilisés durant l'année	1 298	15 015	3 230	5 849	2 200	2 200	2 200
Montant utilisé pour l'acquisition d'immobilisations corporelles	(20 586)	(20 207)	(7 390)	(11 125)	(7 546)	(4 104)	(2 500)
Amortissement du financement reporté pour les immobilisations	14 296	14 583	16 352	18 148	18 232	18 286	18 508
	76 313	81 368	83 479	87 792	88 170	88 937	89 859
Revenus de la Société							
Droits d'entrée et programmes	6 257	5 845	7 085	6 765	6 765	6 765	6 765
Location d'installations, événements et concessions	2 449	2 990	2 200	2 275	2 275	2 275	2 275
Ventes - Boutiques	2 086	2 065	2 095	2 000	2 000	2 000	2 000
Stationnement	1 982	1 935	2 115	2 025	2 025	2 025	2 025
Théâtre à l'écran géant	1 004	735	750	750	750	750	750
Intérêt sur liquidités et placements	1 395	4 018	1 222	1 339	1 231	1 400	1 400
Expositions itinérantes	276	320	350	350	350	350	350
Adhésions	307	390	375	375	375	375	375
Autres	210	244	165	165	165	165	165
Sous-total	15 966	18 542	16 357	16 044	15 936	16 105	16 105
Dons - Fonds de la collection nationale	216	200	500	500	500	500	500
Dons - Projet d'histoire	100	200	3 650	1 200	950	640	600
Autres dons et commandites	2 707	1 675	1 000	800	1 050	860	900
	18 989	20 617	21 507	18 544	18 436	18 105	18 105
Dépenses							
Collection et recherche	13 781	14 523	16 556	14 413	14 530	14 706	14 912
Expositions, éducation et communication	23 324	27 700	28 302	30 173	30 114	30 508	30 975
Locaux	38 059	41 629	40 416	41 566	41 830	42 108	42 651
Gestion de la Société	17 388	18 133	19 712	20 184	20 132	20 120	20 226
	92 552	101 985	104 986	106 336	106 606	107 442	108 764
Résultat net excédentaire	2 750	0	0	0	0	(400)	(800)

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

ÉTAT PRO FORMA DES FLUX DE TRÉSORERIE

Pour les exercices terminés le 31 mars

(milliers de dollars)	2015-2016 Réal	2016-2017 Prévision	2017-2018 Projection	2018-2019 Projection	2019-2020 Projection	2020-2021 Projection	2021-2022 Projection
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT							
Encaissements (clients)	20 102	12 216	15 935	14 705	14 705	14 705	14 705
Encaissements (crédit parlementaire)	62 632	67 969	68 656	69 245	69 938	70 651	71 351
Décaissements (personnel)	(32 937)	(35 033)	(36 881)	(38 053)	(38 559)	(39 301)	(39 831)
Décaissements (fournisseurs)	(41 662)	(51 225)	(65 364)	(43 447)	(51 878)	(52 251)	(53 551)
Apports affectés et revenus de placement connexes	1 045	6 687	1 500	1 500	2 000	2 000	2 000
Intérêts reçus	1 399	1 538	1 222	1 339	1 231	1 400	1 400
Flux de trésorerie net provenant des activités de fonctionnement	10 579	2 152	(14 932)	5 289	(2 563)	(2 796)	(3 926)
ACTIVITÉS DE PLACEMENT							
Remboursement du capital des placements	167	9 964	0	0	0	0	0
Augmentation de l'encaisse et placements affectés	(11 287)	(12 142)	0	(3 748)	(10 076)	(2 707)	(2 190)
Diminution de l'encaisse et placements affectés	10 357	4 640	8 182	5 558	12 572	9 707	7 990
Flux de trésorerie net provenant des activités de placement	(763)	2 462	8 182	1 810	2 496	7 000	5 800
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS							
Acquisition d'immobilisations	(13 524)	(20 207)	(7 390)	(13 125)	(11 046)	(8 604)	(5 000)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT							
Crédit parlementaire pour l'acquisition d'immobilisations	20 832	9 607	4 831	7 875	7 546	4 104	2 500
Augmentation (diminution) de la trésorerie et encaisse affectée	17 124	(5 986)	(9 309)	1 849	(3 567)	(296)	(626)
Trésorerie et encaisse affectée, début de l'exercice:							
Trésorerie	4 070	20 481	11 383	4 721	6 561	2 998	2 702
Encaisse affecté	1 129	1 842	4 954	2 307	2 316	2 312	2 312
	5 199	22 323	16 337	7 028	8 877	5 310	5 014
Trésorerie et encaisse affectée, à la fin de l'exercice:							
Trésorerie	20 481	11 383	4 721	6 561	2 998	2 702	2 076
Encaisse affecté	1 842	4 954	2 307	2 316	2 312	2 312	2 312
	22 323	16 337	7 028	8 877	5 310	5 014	4 388

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

ÉTAT PRO FORMA DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET

Pour les exercices terminés le 31 mars

(milliers de dollars)	2015-2016 Réal	2016-2017 Prévision	2017-2018 Projection	2018-2019 Projection	2019-2020 Projection	2020-2021 Projection	2021-2022 Projection
Non affecté							
Actif net, début de l'exercice	21 053	23 803	8 803	8 803	8 803	8 803	8 803
Résultat net excédentaire	2 750	0	0	0	0	0	0
Transfert - Affectation de l'Actif net	0	(15 000)	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	23 803	8 803	8 803	8 803	8 803	8 803	8 803
Affecté pour le renouvellement des expositions permanentes							
Actif net, début de l'exercice	0	0	15 000	15 000	15 000	15 000	14 600
Résultat net excédentaire	0	0	0	0	0	(400)	(800)
Transfert - Affectation de l'Actif net	0	15 000	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	0	15 000	15 000	15 000	15 000	14 600	13 800
Investissement en actif immobilisé							
Actif net, début de l'exercice	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868
Résultat net excédentaire	0	0	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	0	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	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	4 565	1 509	1 509	1 509	1 509	1 509	1 509
Résultat net excédentaire	0	0	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	(576)	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	3 989	1 509	1 509	1 509	1 509	1 509	1 509

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

BUDGETS DE FONCTIONNEMENT ET D'IMMOBILISATIONS PAR ACTIVITÉ

Pour les exercices terminés le 31 mars 2016 à 2022

(milliers de dollars)	2015-2016 Réel	2016-2017 Prévision	2017-2018 Projection	2018-2019 Projection	2019-2020 Projection	2020-2021 Projection	2021-2022 Projection
Collection et recherche	13 183	14 523	16 556	14 413	14 530	14 706	14 912
Expositions, éducation et communication	39 904	40 990	28 432	28 748	30 254	31 297	29 364
Locaux	28 473	33 963	31 824	37 968	34 504	31 237	29 954
Gestion de la Société	18 136	18 133	19 712	20 184	20 132	20 120	20 226
Total partiel	99 696	107 609	96 524	101 313	99 420	97 360	94 456
Moins: les revenus	17 209	19 528	21 507	18 544	18 436	18 105	18 105
l'affectation	0	0	500	2 000	3 500	4 500	2 500
crédits reportés	(882)	10 757	1 030	3 649	0	0	0
Budget total requis	83 369	77 324	73 487	77 120	77 484	74 755	73 851

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

SOMMAIRE DES BUDGETS DE FONCTIONNEMENT ET D'IMMOBILISATIONS

Pour les exercices terminés le 31 mars 2016 à 2022

(milliers de dollars)	2015-2016 Réel	2016-2017 Prévision	2017-2018 Projection	2018-2019 Projection	2019-2020 Projection	2020-2021 Projection	2021-2022 Projection
Fonctionnement	81 078	84 402	88 634	88 188	88 374	88 756	89 456
Immobilisations	18 618	23 207	7 890	13 125	11 046	8 604	5 000
Total partiel	99 696	107 609	96 524	101 313	99 420	97 360	94 456
Moins: les revenus	17 209	19 528	21 507	18 544	18 436	18 105	18 105
l'affectation	0	0	500	2 000	3 500	4 500	2 500
crédits reportés	(882)	10 757	1 030	3 649	0	0	0
Budget total requis	83 369	77 324	73 487	77 120	77 484	74 755	73 851

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

BUDGET DE FONCTIONNEMENT ET D'IMMOBILISATIONS AU NIVEAU DE LA SOUS-SOUS ACTIVITÉ DE PROGRAMME

(milliers de dollars)	2015-2016 Réal	2016-2017 Prévision	2017-2018 Projection	2018-2019 Projection	2019-2020 Projection	2020-2021 Projection	2021-2022 Projection
COLLECTION ET RECHERCHE							
Collections							
Musée canadien de l'histoire	3 247	3 483	4 568	2 372	2 408	2 447	2 487
Musée canadien de la guerre	1 410	2 228	1 696	1 479	1 495	1 513	1 533
	4 657	5 711	6 264	3 851	3 903	3 960	4 020
Recherche							
Musée canadien de l'histoire	4 144	4 031	5 285	5 414	5 453	5 521	5 600
Musée canadien de la guerre	1 053	1 192	1 017	1 040	1 039	1 057	1 076
	5 197	5 223	6 302	6 454	6 492	6 578	6 676
Bibliothèque et Archives							
Musée canadien de l'histoire	2 444	2 801	3 101	3 194	3 210	3 230	3 264
Musée canadien de la guerre	885	788	889	914	925	938	952
	3 329	3 589	3 990	4 108	4 135	4 168	4 216
	13 183	14 523	16 556	14 413	14 530	14 706	14 912
EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION							
Expositions							
Musée canadien de l'histoire	12 185	11 024	9 934	11 266	11 253	11 216	11 223
Musée canadien de la guerre	1 942	2 570	2 549	2 643	2 612	2 688	2 687
	14 127	13 594	12 483	13 909	13 865	13 904	13 910
Programmes							
Musée canadien de l'histoire	4 614	5 005	4 655	4 820	4 778	4 748	4 755
Musée canadien de la guerre	646	955	723	746	746	749	755
	5 260	5 960	5 378	5 566	5 524	5 497	5 510
Publications							
Musée canadien de l'histoire	241	229	359	373	369	364	365
Musée canadien de la guerre	57	88	81	83	82	82	81
	298	317	440	456	451	446	446
Communications							
Musée canadien de l'histoire	3 770	5 870	6 142	5 254	5 329	5 360	5 400
Musée canadien de la guerre	1 331	1 649	1 960	1 563	1 585	1 590	1 598
	5 101	7 519	8 102	6 817	6 914	6 950	6 998
Projets immobiliers							
Musée canadien de l'histoire	15 118	13 600	2 029	2 000	3 500	4 500	2 500
Musée canadien de la guerre	0	0	0	0	0	0	0
	15 118	13 600	2 029	2 000	3 500	4 500	2 500
	39 904	40 990	28 432	28 748	30 254	31 297	29 364
GESTION DE LA SOCIÉTÉ							
Activités générant des revenus							
Musée canadien de l'histoire	6 823	5 389	6 595	6 647	6 591	6 553	6 566
Musée canadien de la guerre	969	1 310	1 301	1 349	1 331	1 314	1 311
	7 792	6 699	7 896	7 996	7 922	7 867	7 877
Services à la société							
Musée canadien de l'histoire	6 229	6 996	7 332	7 569	7 569	7 579	7 629
Musée canadien de la guerre	1 947	2 210	2 185	2 253	2 259	2 265	2 285
	8 176	9 206	9 517	9 822	9 828	9 844	9 914
Gouvernance							
Musée canadien de l'histoire	1 624	1 658	1 721	1 772	1 783	1 804	1 824
Musée canadien de la guerre	544	570	578	594	599	605	611
	2 168	2 228	2 299	2 366	2 382	2 409	2 435
	18 136	18 133	19 712	20 184	20 132	20 120	20 226
LOCAUX							
Gestion immobilière							
Musée canadien de l'histoire	19 592	19 184	20 274	20 954	21 070	21 237	21 511
Musée canadien de la guerre	5 381	5 172	5 689	5 889	5 888	5 896	5 943
	24 973	24 356	25 963	26 843	26 958	27 133	27 454
Projets immobiliers							
Musée canadien de l'histoire	3 000	9 332	5 361	9 500	7 046	3 604	2 000
Musée canadien de la guerre	500	275	500	1 625	500	500	500
	3 500	9 607	5 861	11 125	7 546	4 104	2 500
	28 473	33 963	31 824	37 968	34 504	31 237	29 954
Total Musée canadien de l'histoire	67 913	75 002	75 327	79 135	76 859	73 663	72 624
Total Musée canadien de la guerre	16 665	19 007	19 168	20 178	19 061	19 197	19 332
Grand Total	99 696	107 609	96 524	101 313	99 420	97 360	94 456

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

