



Musée canadien de l'histoire, IMG2011-0064-0014-Dm



MUSÉE
CANADIEN
DE L'HISTOIRE
-
CANADIAN
MUSEUM
OF HISTORY



MUSÉE
CANADIEN
DE LA GUERRE
-
CANADIAN
WAR
MUSEUM

SOMMAIRE DU PLAN D'ENTREPRISE

MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE
POUR LA PÉRIODE DE PLANIFICATION
2015-2016 À 2019-2020

y compris
LES BUDGETS DE FONCTIONNEMENT
ET D'IMMOBILISATIONS ET LES
ÉTATS FINANCIERS PRO FORMA
DE 2015-2016 à 2019-2020

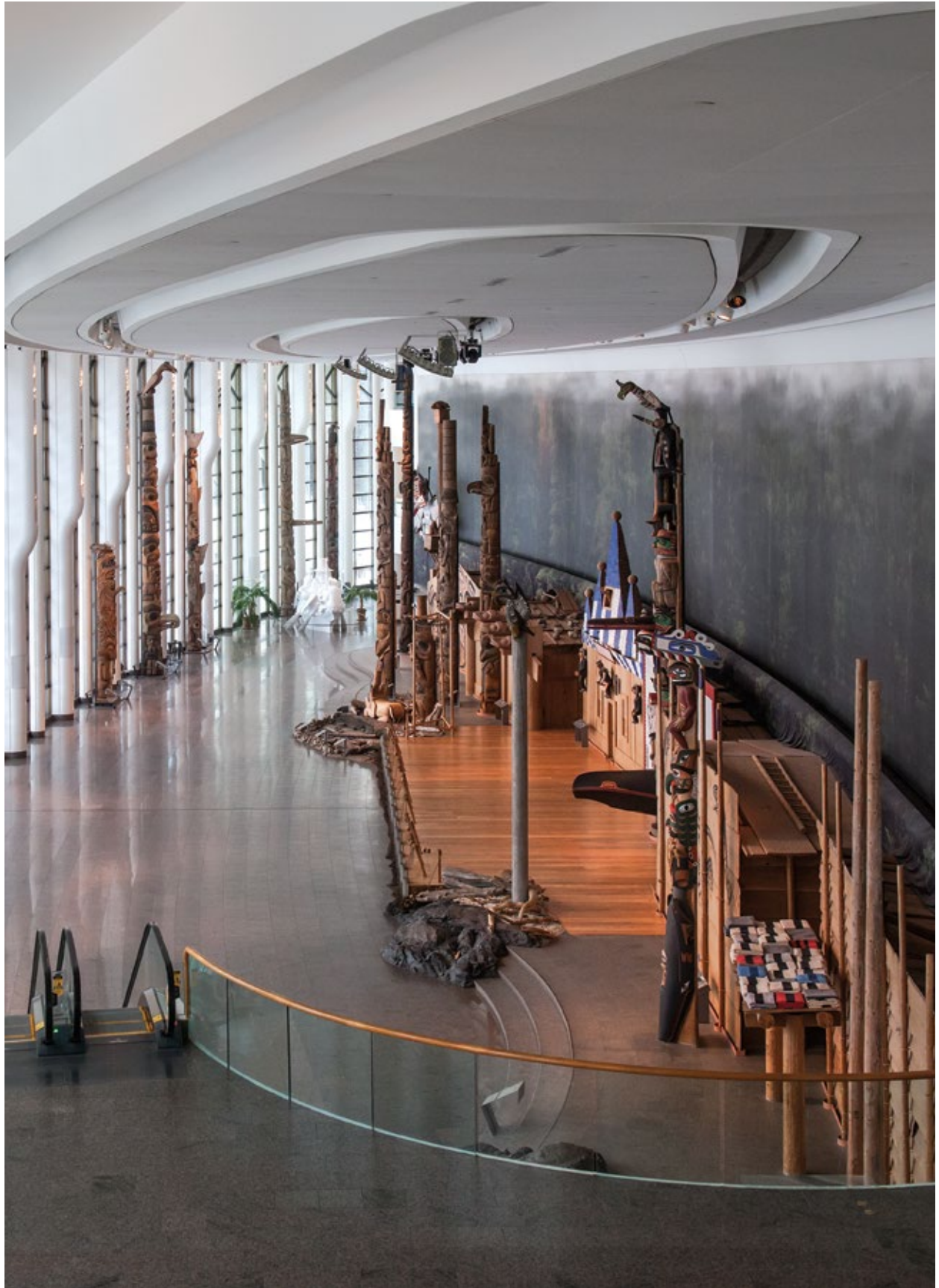
Canada

TABLE DES MATIÈRES

1. RÉSUMÉ	3
2. APERÇU DE LA SOCIÉTÉ	10
Lois applicables	12
Mandat	12
Structure de gouvernance	13
Équipe de direction	13
Architecture d'alignement de programme	14
Orientations stratégiques	15
Cadre de rapport	16
Cadre de gestion du risque	17
La Société et ses Musées	17
Aperçu de l'architecture d'alignement de programme	20
Programme 1: exposition, éducation et communication	20
Programme 2: collection et recherche	22
Programme 3: gestion de la Société	23
Programme 4: locaux	24
3. ENJEUX STRATÉGIQUES	25
Analyse de l'environnement	27
Résumé des résultats	30
Perspectives et embûches	32
Salle de l'histoire canadienne	36
4. CADRE DE REDDITION DES COMPTES ET RAPPORT SUR LA MESURE DU RENDEMENT	39
Aperçu	41
Architecture d'alignement de programme	42
1. Résultats et stratégies (2013-2014, 2014-2015) en fonction des orientations stratégiques de 2009	43
Orientation stratégique 1: présenter les musées aux canadiens	43
Orientation stratégique 2: excellence et pertinence muséologiques	47
Orientation stratégique 3: se concentrer sur les résultats	51
Orientation stratégique 4: financement et collecte de fonds	53
2. Priorités élevées et projets clés de la période de planification de 2015 à 2020	55
5. ÉTATS FINANCIERS 2015-2016 À 2019-2020	60
État pro forma de la situation des fonds	61
État pro forma des opérations	62
État pro forma des flux de trésorerie	63
État pro forma de l'évolution de l'actif net	64
Sommaire des budgets de fonctionnement et d'immobilisations	65
Budgets de fonctionnement et d'immobilisations par activité	65
Budget de fonctionnement et d'immobilisations au niveau de la sous-sous activité de programme	66
Total des revenus des activités sur place	68

1

RÉSUMÉ



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-0084-0002-Dm

APERÇU

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

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

INITIATIVE DU MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE

Le gouvernement du Canada a annoncé en 2012 son intention de recentrer, renommer et repositionner le Musée canadien des civilisations pour en faire le Musée canadien de l'histoire. La modification de nom étant maintenant complète, la Société s'active actuellement à mettre en œuvre cette importante transformation et procédera par étapes au cours des trois prochaines années. Le nouveau Musée canadien de l'histoire, qui sera le premier musée du Canada à être entièrement dédié à notre histoire nationale, sera prêt pour le 150^e anniversaire de la Confédération en 2017. La nouvelle **Salle de l'histoire canadienne**, qui sera divisée en trois zones chronologiques couvrant 12 000 ans d'histoire, aura une superficie de plus de 4 000 mètres carrés (44 000 pieds carrés)

et couvrira deux étages entiers. Elle abritera les trésors nationaux du Canada ainsi que diverses expositions qui préserveront les souvenirs et les expériences de la population canadienne, exploreront les événements, les individus, les thèmes et les objets particuliers qui ont contribué à façonner le pays, des temps les plus anciens jusqu'à nos jours. Contiguë à la **Salle de l'histoire canadienne**, une nouvelle aire d'exposition sera réservée à la présentation d'expositions provenant d'un réseau de musées d'histoire de partout au pays. Ces nouvelles aires d'exposition compléteront la **Grande Galerie** et la **Salle des Premiers Peuples** qui présentent la remarquable histoire des Premiers Peuples du Canada et soulignent la richesse de leurs contributions actuelles.

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

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

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

RÉSEAU DES MUSÉES D'HISTOIRE

Ce réseau a été établi pour fournir un plus grand accès à notre patrimoine et à notre histoire à l'ensemble des Canadiens ainsi qu'aux musées partout au pays. Comme le souligne cette annonce, « le réseau encouragera la collaboration et les coproductions, l'échange d'artefacts et de savoir-faire professionnel, la création d'outils et l'élaboration de nouveaux projets en ligne. Le but ultime consiste à aider la population à mieux comprendre l'histoire du Canada, dans une perspective tant nationale que régionale, et à favoriser un sentiment collectif d'appartenance dans tout le pays. » Le Réseau des musées d'histoire facilitera les échanges entre les institutions canadiennes, notamment ceux de leur savoir-faire et de leurs travaux, dans le cadre de différents partenariats à divers échelons. Le Musée canadien de l'histoire (MCH), qui a pris les devants de cette initiative, fournira un secrétariat permanent au Réseau, coordonnera les activités et restera à l'affût des occasions d'inclure de nouveaux partenaires. Le Réseau des musées d'histoire n'a cessé de croître depuis sa première réunion tenue en janvier 2014.

Le Musée a réservé un espace permanent pour la présentation d'expositions canadiennes provenant des institutions affiliées au Réseau. Au 31 octobre 2014, le Réseau comptait 18 musées membres, 5 musées affiliés et 5 partenaires fédéraux.

Le Réseau peut d'ores et déjà être qualifié de réussite, comme en témoigne la collaboration à divers projets (la création de l'exposition **Le Titanic canadien - Empress of Ireland** de concert avec le Musée canadien de l'immigration du Quai 21, et la coopération avec le Royal British Columbia Museum pour l'exposition **La ruée vers l'or**).



Musée canadien de la guerre, MCG2011-0050-0003-Dm

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET PRIORITÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

La présente période de planification pose un défi particulier pour rendre compte de ces éléments. En avril 2014, le conseil d'administration a établi de nouvelles orientations stratégiques qui refléteront davantage le nouveau mandat de la Société et guideront les activités et les programmes de celle-ci durant la transition vers le Musée canadien de l'histoire :

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

La Société harmonise ses plans, ses activités, ses objectifs de rendement, ses dépenses et ses rapports avec le mandat établi par le Parlement et les orientations stratégiques fixées par le conseil d'administration.

Les orientations stratégiques suivantes ont été approuvées en 2009 :

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

En se fondant sur ces grandes orientations et sur une analyse de l'environnement - incluant une analyse détaillée du rendement antérieur, des possibilités futures et des risques potentiels - la Société a établi les objectifs généraux suivants :

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

Tous les résultats, cibles et points saillants du rendement des exercices 2013-2014 et 2014-2015 sont présentés par rapport aux orientations stratégiques de 2009.

Les nouvelles orientations stratégiques de 2014, qui concordent mieux avec le nouveau mandat donné au Musée canadien de l'histoire, ont été communiquées au personnel. On établira des plans de travail qui tiendront compte des nouvelles orientations stratégiques, et les résultats qui en découleront seront inclus dans les indicateurs de rendement et les cibles dès 2015-2016.

Les nouvelles orientations stratégiques seront entièrement intégrées au Sommaire du plan d'entreprise de 2016-2017 à 2020-2021.



Musée canadien de la guerre, HCG-2011-0054-0001-0m

POINTS SAILLANTS DU RENDEMENT

Le Résumé du plan d'entreprise inclut des détails sur le rendement des Musées par rapport aux cibles fixées pour l'exercice 2013-2014.

En 2013-2014, les Musées ont présenté dix expositions temporaires dans la région de la capitale nationale, entre autres **Les aventures de Monsieur Patate**, **La Proclamation Royale** et **Paix : L'exposition**. Les partenariats ont continué de faciliter l'établissement de liens avec tous les paliers du gouvernement, des institutions nationales et internationales, des communautés locales et le secteur privé. En plus de bénéficier aux publics locaux et régionaux, ces activités constituent un apport important aux installations et aux industries culturelles de l'ensemble du Canada et de l'étranger, permettent de disséminer un large éventail de connaissances et encouragent une meilleure compréhension de l'histoire et du caractère distinctif du Canada.

En 2013-2014, les Musées ont présenté 24 expositions itinérantes aux échelles nationale et internationale. Mentionnons, par exemple,

Expédition : Arctique et **La Marine : L'œuvre d'un siècle**. D'autres partenariats incluent **Portés par le fleuve** (partenariat avec Parcs Canada), **Célébrer l'Arctique canadien : collection de pièces de monnaie** (partenariat avec la Monnaie royale canadienne), **World Press Photo 2013** (partenariat avec l'ambassade du Royaume des Pays-Bas), **Corée 60** (partenariat avec la Société Coréenne du Canada, Anciens Combattants Canada, l'Institut Historica Dominion et l'ambassade de la République de Corée) et **1812** (partenariat avec le Groupe Banque TD et Ancestry.ca).

De plus, la Société conserve ses pratiques de gestion disciplinées et suit ce que dicte la prudence en matière de planification financière et opérationnelle ainsi que de reddition des comptes. Le Cadre de mesure du rendement a permis à la Société et à son conseil d'administration de recentrer l'attention sur la responsabilisation dans la planification opérationnelle et l'établissement de rapports.

RÉSULTATS FINANCIERS

La mise en œuvre du plan financier a permis de répondre à des pressions financières immédiates, mais la Société reste préoccupée par le gel budgétaire annoncée et la hausse constante des coûts non discrétionnaires qu'entraîne la gestion de ses installations, plus particulièrement les paiements en remplacement d'impôts (PERI) qui ont grimpé de manière significative depuis leur transfert au Musée.

La fréquentation du Musée est demeurée relativement stable en 2014-2015. Les recettes dérivées de l'exploitation devraient correspondre aux résultats de l'exercice précédent ainsi qu'au budget. Le Musée canadien de l'histoire a fermé la **Salle du Canada** en septembre 2014. Il continue de suivre l'incidence de cette fermeture sur le

nombre de visiteurs et a introduit des stratégies d'atténuation pour compenser une part de la réduction de la fréquentation, notamment l'ajout d'expositions temporaires.



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-0097-0002-Dm

PERSPECTIVES ET EMBÛCHES

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

Comme indiqué dans le budget de 2014, le financement et la responsabilité pour le Musée virtuel du Canada (MVC) et les Ouvrages de référence en ligne seront transférés au Musée canadien de l'histoire.



Musée canadien de la guerre,
MCG 015-0115-0006-Dm

La pression financière accrue sur les ressources de base et les réductions de la dotation annuelle du gouvernement résultant de l'examen stratégique et de la réforme du régime d'approvisionnement d'environ 4,2 millions de dollars continuent de constituer un défi. Au fil des ans, le Musée a revu ses activités et a réussi à trouver des moyens novateurs de réduire ses coûts ou d'accroître ses recettes pour essayer de résoudre certaines de ses contraintes de financement. Toutefois, en

raison de l'escalade des frais fixes, il doit mettre en place un plan financier visant à réduire les pressions occasionnées par certains coûts, tout en s'efforçant de continuer d'offrir des programmes et des expositions dont la qualité est à la hauteur des attentes des visiteurs et de demeurer l'un des musées les plus respectés du Canada.

L'une des contraintes financières les plus significatives que le Musée doit affronter est liée à l'état de l'édifice qui abrite le Musée canadien de l'histoire. Cet édifice a aujourd'hui 26 ans, et des travaux d'infrastructure sont nécessaires, car ses composantes arrivent au bout de leur cycle de vie utile et doivent être remplacées.

Les recettes commerciales sont essentielles pour soutenir les priorités opérationnelles et la viabilité. Elles dépendent grandement de l'achalandage et sont directement influencées par le marché du tourisme et les fluctuations du dollar canadien. Les résultats de ces études aident à améliorer le rapport qualité-prix de l'expérience du visiteur tout en permettant de maximiser les recettes. La construction de la nouvelle **Salle de l'histoire canadienne** devrait avoir un effet sur les recettes et la fréquentation. La Société augmentera le nombre d'expositions temporaires afin de compenser en partie la baisse de la fréquentation inhérente à la fermeture de galeries. La collecte de fonds est tout aussi importante que les priorités et la viabilité opérationnelles. Le Plan de collecte de fonds, incluant une campagne de 5 millions de dollars pour la création du Musée canadien de l'histoire, apporte une occasion de susciter l'intérêt des donateurs et des commanditaires.

La Société a un regain d'attention pour la planification des ressources humaines, y compris la planification de la relève. Elle a négocié avec succès une nouvelle convention collective avec l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada en 2012. Pendant l'été 2013, l'Alliance de la Fonction publique du Canada a signé une convention collective triennale assortie des mêmes paramètres.

2

APERÇU DE LA SOCIÉTÉ



Musée canadien de la guerre, MCG2011-0076-0001-Dm

LOIS APPLICABLES

Le Musée canadien de l'histoire est une société d'État constituée en vertu de modifications à la Loi sur les musées, qui a reçu la sanction royale le 12 décembre 2013. Une révision du nom et du mandat du Musée canadien de l'histoire, constitués en vertu de la *Loi sur les musées* de 1990, a été effectuée dans la foulée de ces modifications. La *Loi sur les musées* de 1990 stipulait également que le Musée canadien de la guerre est affilié au Musée canadien de l'histoire.

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

En vertu de la *Loi sur les musées*, le Musée canadien de l'histoire est une entité légale autonome, détenue en propriété exclusive par l'État, qui agit sans lien de dépendance par

rapport au gouvernement en ce qui concerne ses opérations quotidiennes de même que ses activités et sa programmation. À titre de société d'État et de membre du portefeuille de Patrimoine canadien, il contribue à la réalisation des grands objectifs culturels du gouvernement du Canada.

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

MANDAT

Avec la création du Musée canadien de l'histoire par sanction royale le 12 décembre 2013, le Parlement a donné au Musée canadien de l'histoire le mandat « d'accroître la connaissance, la compréhension et le degré d'appréciation des Canadiens à l'égard d'événements, d'expériences, de personnes et d'objets qui incarnent l'histoire et l'identité canadiennes, qu'ils ont façonnées, ainsi que de les sensibiliser à l'histoire du monde et aux autres cultures ».

Conjointement avec le Musée canadien de la guerre, le Musée canadien de l'histoire présentera les trésors nationaux du Canada ainsi que diverses expositions qui préserveront les souvenirs et les expériences de la population canadienne,

exploreront les événements, les individus, les thèmes et les objets particuliers qui ont contribué à façonner le pays, des temps les plus anciens jusqu'à nos jours. Il continuera également de présenter des expositions temporaires nationales et internationales.

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

STRUCTURE DE GOUVERNANCE

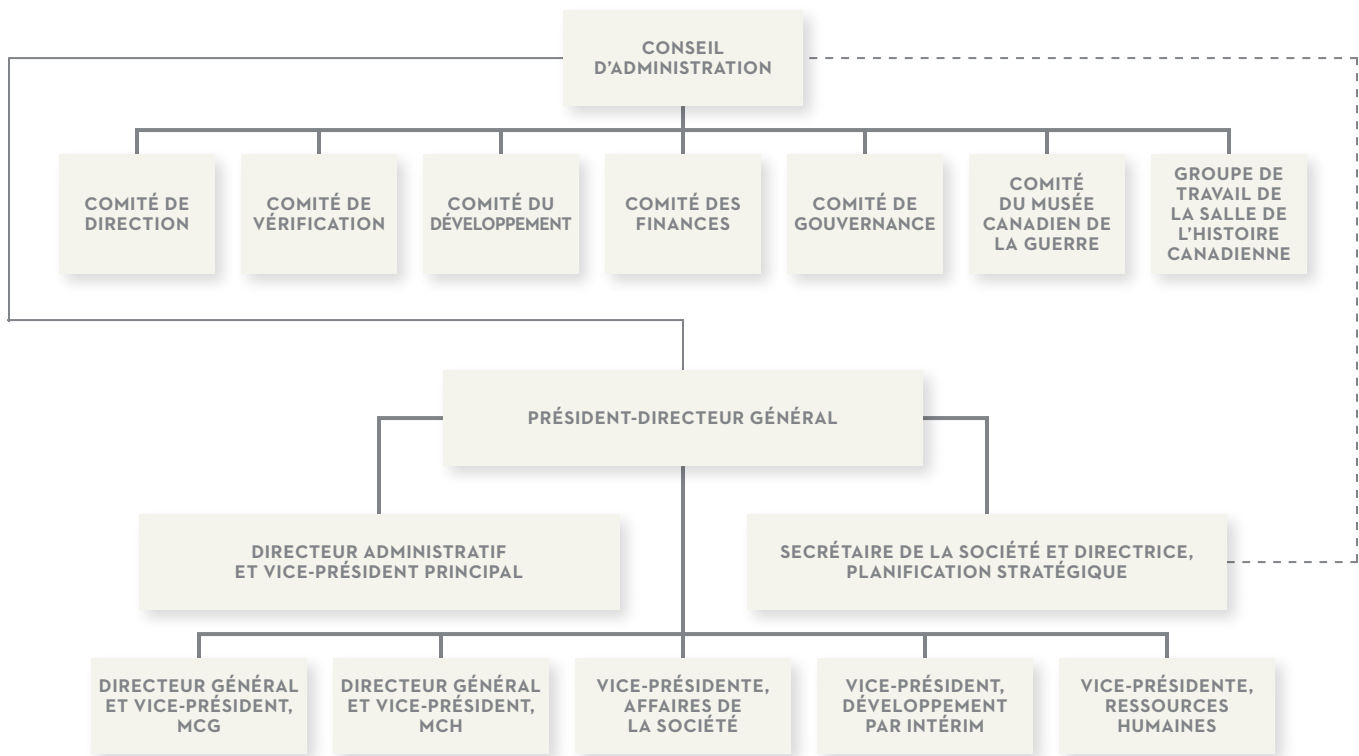
La *Loi sur les musées* prévoit la mise sur pied d'un conseil d'administration, dont les 11 membres sont nommés par la ministre du Patrimoine canadien avec l'approbation du gouverneur en conseil. Le conseil compte actuellement 10 membres dû à un poste vacant au sein du conseil. Les administrateurs sélectionnés proviennent de partout au pays. Le conseil, qui rend des comptes au Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien,

définit l'orientation stratégique globale de la Société et se réunit régulièrement, y compris lors d'une assemblée annuelle ouverte au public. Pour s'acquitter de ses responsabilités, le conseil d'administration, appuyé par six comités et un groupe de travail, supervise le développement et l'application des politiques relatives à la gouvernance de la Société.

ÉQUIPE DE DIRECTION

Le président-directeur général, appuyé par une équipe de cadres de direction, est responsable de la gestion quotidienne du rendement de la Société, de

sa viabilité à long terme et de l'atteinte des objectifs. La Société est un employeur distinct qui comptait, le 31 août 2015, 348 employés à temps plein.





Musée canadien de la guerre, MCG2012-0013-0027-Dm

ARCHITECTURE D'ALIGNEMENT DE PROGRAMME

Les « Programmes » entièrement intégrés sont stratégiquement conçus pour contribuer à l'accomplissement du mandat de la Société en vertu de la *Loi sur les musées*. Si la transition vers le Musée canadien de l'histoire et l'adoption de

nouvelles orientations stratégiques par le conseil d'administration nécessitent des ajustements, ceux-ci seront apportés dans le prochain Sommaire du plan d'entreprise. Les quatre principaux programmes et sous-programmes s'établissent comme suit :

RÉSULTAT STRATÉGIQUE

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

PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES
Exposition, éducation et communication	Expositions; Programmes; Publications; Communications
Collection et recherche	Collections; Recherche; Bibliothèque et archives
Gestion de la Société	Activités génératrices de recettes; Services de la Société; Gouvernance
Locaux	Gestion des installations; Projets d'immobilisations

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

En avril 2014, le conseil d'administration s'est doté de nouvelles orientations stratégiques afin de guider les activités et les programmes de la Société. Ces orientations stratégiques, qui concordent mieux avec le nouveau mandat donné au Musée canadien de l'histoire, ont été communiquées au personnel, qui élaborera des plans de travail sur lesquels reposeront les indicateurs de rendement et les cibles à partir de 2015-2016. Les indicateurs de rendement et les rapports produits en 2015-2016 refléteront donc les nouvelles orientations.

Telles sont les nouvelles orientations stratégiques du conseil :

- 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 muséale.**
- 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.**

Le Musée canadien de l'histoire et son affilié le Musée canadien de la guerre continueront d'ajuster leurs activités pour atteindre les orientations stratégiques du conseil d'administration.

Le conseil d'administration a approuvé les quatre orientations stratégiques suivantes en juin 2009 :

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

2. Excellence et pertinence muséologiques

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

3. Se concentrer sur les résultats

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

4. Financement et collecte de fonds

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



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-0295-0074-Dm

Dans le présent Sommaire du plan d'entreprise, les résultats et les indicateurs de rendement des exercices 2013-2014 et 2014-2015 tiennent compte des orientations stratégiques de 2009.

CADRE DE RAPPORT

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

Au début de l'exercice 2015-2016, la Société a produit la version finale d'un nouveau cadre de mesure du rendement, qui comprend des indicateurs de rendement révisés. Ce cadre a été mis en œuvre en septembre 2015. Bien qu'on en soit encore à l'étape de la préparation des plans et même s'il reste à finaliser des mesures précises, la Société a déjà commencé à rendre compte de la transformation dans son rapport trimestriel au conseil d'administration.

Tous les résultats, cibles et points saillants du rendement des exercices 2013-2014 et 2014-2015 sont présentés par rapport aux orientations stratégiques de 2009.

Les nouvelles orientations stratégiques de 2014, qui concordent mieux avec le nouveau mandat donné au Musée canadien de l'histoire, ont été communiquées au personnel. On établira des plans de travail qui tiendront compte des nouvelles orientations stratégiques, et les résultats qui en découleront seront inclus dans les indicateurs de rendement et les cibles dès 2015-2016.

Les nouvelles orientations seront pleinement intégrées au Résumé du plan d'entreprise 2016-2017. Les plans et les rapports produits en fonction des orientations stratégiques de 2014 seront pleinement intégrés au Sommaire du plan d'entreprise 2017-2018.



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-0072-0005-Dm

CADRE DE GESTION DU RISQUE

La gestion du risque est un élément essentiel d'une saine gouvernance d'entreprise et elle alimente une prise de décisions efficace.

Elle met l'accent sur les risques au niveau de l'organisation et contribue à la réalisation des objectifs globaux de la Société.

LA SOCIÉTÉ ET SES MUSÉES

MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE

L'origine de la Société remonte au 16 mai 1856, lorsque le gouvernement du Canada attribue à la Commission géologique du Canada le mandat statutaire de constituer le premier musée provincial du Canada (qui est devenu le premier musée national du Canada). Le 1^{er} avril 1968, le Musée national du Canada est scindé en trois : le Musée national de l'Homme, le Musée national de la nature et le Musée national des sciences et de la technologie. Ces trois institutions, ainsi que la Galerie nationale, forment alors la Société des musées nationaux du Canada. Le 29 juin 1989, l'édifice actuel du Musée canadien de l'histoire ouvre ses portes au public. Il est surtout renommé auprès des visiteurs pour ses salles d'expositions permanentes, son architecture et son emplacement riverain qui offre une vue panoramique inégalée de la Colline du Parlement. De plus, il abrite le Musée canadien des enfants et le CINÉ+. En 1990, le Musée canadien de l'histoire et son institution sœur, le Musée canadien de la guerre, de même que chacun des trois autres musées nationaux, sont constitués en sociétés d'État distinctes possédant leur propre conseil d'administration et leur chef de direction (président-directeur général).

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

nouvel accent sur l'histoire du Canada, reçoivent la sanction royale le 12 décembre 2013.

Par des modifications apportées à la *Loi sur les musées*, le Parlement canadien a confié à la Société la responsabilité de préserver et de promouvoir l'histoire ainsi que sa réalité actuelle, dans ses dimensions humaine, sociale, culturelle, militaire et politique. La Société est responsable de la gestion et du fonctionnement du Musée canadien de l'histoire (auparavant le Musée canadien des civilisations) et du Musée canadien de la guerre qui est le musée national de l'histoire militaire, ainsi que du Musée virtuel de la Nouvelle-France, une exposition d'informations et d'images numérisées sur le Web. Les Musées, qui accueillent en moyenne environ 1,6 million de visiteurs chaque année, sont actuellement les institutions muséales les plus visitées au Canada.

MUSÉE CANADIEN DE LA GUERRE

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

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

MUSÉE VIRTUEL DE LA NOUVELLE-FRANCE

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

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

MUSÉE VIRTUEL DU CANADA ET LES OUVRAGES DE RÉFÉRENCE EN LIGNE

Le Musée virtuel du Canada (MVC) comprend trois volets intitulés « Expositions virtuelles », « Histoires de chez nous » et « Centre des enseignants », auxquels on peut accéder en passant par le site Web du MVC. Le transfert a pris effet le 30 septembre 2014.

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



Musée canadien de la guerre, MCG2011-0050-0004-Dm



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-0235-0004-Dm

APERÇU DE L'ARCHITECTURE D'ALIGNEMENT DE PROGRAMME

PROGRAMME 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

LES EXPOSITIONS PERMANENTES :

Musée canadien de l'histoire

- La **Grande Galerie** : Y sont exposés quelques-uns des plus grands mâts totémiques intérieurs du monde, ainsi qu'une importante installation de six façades de maisons autochtones de la côte du Pacifique dont l'intérieur contient des expositions sur des enjeux culturels contemporains et historiques.
- La **Salle des Premiers Peuples** : La plus grande présentation muséale de l'histoire et de la culture autochtones au Canada montre plus de 1500 objets historiques et œuvres d'art, ainsi que 500 documents et illustrations.
- La **Salle du Canada et Tête-à-tête : La salle des personnalités canadiennes** (la future **Salle de l'histoire canadienne**) : Ces salles d'exposition ont fermé en 2014 pour une période de 16 mois. Elles ouvriront de nouveau leurs portes, en tant que **Salle de l'histoire canadienne**, en 2017 à l'occasion des festivités du 150^e anniversaire de la Confédération. La superficie de 44 000 pieds carrés accueillera des trésors nationaux du Canada et présentera chronologiquement et en détail l'histoire du Canada et des Canadiens. Cette exposition sera l'exposition muséale sur l'histoire du Canada la plus grande et plus exhaustive jamais mise sur pied.
- Le **Musée virtuel de la Nouvelle-France** : L'exposition en ligne, qui présente l'histoire de la Nouvelle-France, est consacrée à ses premiers habitants, à leur vie quotidienne, à leur culture et à leur civilisation.

Musée canadien de la guerre

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

LES EXPOSITIONS TEMPORAIRES ET ITINÉRANTES

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

Les expositions itinérantes sont des expositions qui ont été conçues pour être présentées dans diverses installations culturelles, tant au Canada que dans le monde entier. Elles permettent de découvrir et d'étudier en détail l'histoire du Canada en présentant des éléments caractéristiques – des événements, des personnalités et des objets – qui ont façonné le Canada et sa population. Elles facilitent également les collaborations et les coproductions avec d'autres institutions, offrant ainsi la possibilité de faire connaître l'histoire canadienne.

PROGRAMMES

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

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

PUBLICATIONS

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

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

COMMUNICATIONS

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

Organisées dans le cadre de ses programmes pour les groupes locaux et les personnalités de marque, les visites guidées et les présentations dans les réserves des collections, les laboratoires de conservation et d'autres lieux « en coulisses » mettent le travail de la Société au premier plan. Les Musées sont également les hôtes d'activités comme le gala des prix Génie, des cérémonies de citoyenneté, le dîner de la Tribune de la presse parlementaire, la cérémonie de passation de commandement, le départ de la marche de Nimègue et les festivités de la journée d'ANZAC. Ces programmes et ces activités permettent à la Société d'établir des relations et des ententes de collaboration avec des groupes clés, des parties

intéressées, de même qu'avec des professionnels du milieu des musées et de la communauté savante. Ils permettent également d'accroître la compréhension de l'histoire chez les Canadiens,

de joindre un plus grand nombre de communautés et de nouveaux publics cibles et, en conséquence, d'attirer davantage de visiteurs et d'augmenter la notoriété des Musées.

PROGRAMME 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

COLLECTIONS

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

RECHERCHE

Les Musées s'assurent que leur capacité de recherche demeure solide et ciblée. La recherche permet d'accroître la connaissance et la compréhension de l'histoire humaine et militaire du Canada. Elle enrichit la base de connaissances et est diffusée par des expositions, des publications, des conférences, des publications savantes et des livres pour le grand public, des articles, des produits en ligne, des programmes publics et d'autres programmes. Les ententes de collaboration, les bourses et les programmes de recherche des Musées, tels le Programme

de bourses de recherche et le Programme de recherche du Musée canadien de la guerre, permettent à la Société de rendre ses collections et les résultats de ses recherches accessibles au public canadien et international.

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

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

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

BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES

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

PROGRAMME 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ

ACTIVITÉS GÉNÉRATRICES DE RECETTES ET COLLECTES DE FONDS

Le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre fonctionnent comme une seule entité pour gérer leurs activités commerciales. Les activités commerciales, comme les droits d'entrée aux Musées et au CINÉ+, les activités de détail, la location de salles, les adhésions au programme des membres, les redevances sur les aliments et les boissons, les frais de stationnement et les cotisations des membres, génèrent environ 13 à 14 millions de dollars chaque année. Ces activités contribuent à la viabilité financière de façon considérable. Elles offrent aussi la possibilité de créer des liens avec les sociétés, les fondations et les associations des secteurs public et privé en vue d'obtenir leur appui pour les expositions temporaires, les collections, la conservation, l'éducation et les programmes publics.

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

SERVICES DE LA SOCIÉTÉ

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

vérifications internes régulières, confirment qu'elle possède un cadre de contrôle de gestion efficace.

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

GOVERNANCE

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

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



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-0282-0009-Dm

PROGRAMME 4 : LOCAUX

GESTION DES INSTALLATIONS

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

PROJETS D'IMMOBILISATIONS

L'édifice du Musée de l'histoire, à Gatineau, au Québec, est ouvert au public depuis 26 ans, tandis que celui du Musée de la guerre, à Ottawa, en Ontario, l'est depuis 9 ans. Ils sont tous deux fortement sollicités et des réparations substantielles et continues sont nécessaires pour assurer le fonctionnement et l'entretien des édifices et des collections, garantir la santé et la sécurité des visiteurs et des employés, suivre les tendances en matière de technologies et veiller à préserver leur attrait pour leurs visiteurs et les générations futures.

3

ENJEUX STRATÉGIQUES

Cette section présente une analyse des enjeux stratégiques qui se posent pour les Musées au cours de la période de planification. Elle comprend une analyse de l'environnement (externe et interne), qui fait état des différentes forces, faiblesses, possibilités et menaces. Ces enjeux stratégiques sont pris en compte lors de l'analyse des résultats sur le rendement et constituent un élément de base au moment d'établir les futurs objectifs de rendement.



Musée canadien de la guerre, MCG102814.007

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

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

ENVIRONNEMENT EXTERNE

Économie et tourisme

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

Dans un document publié en mars 2014 et intitulé *Tourism Industry Survey in Advance of the Canadian Tourism Marketing Summit* (en anglais seulement), HLT Advisory attire l'attention sur des sujets de préoccupation ou des difficultés propres à l'industrie canadienne du tourisme. Les Canadiens voyagent dans leur pays, et cette tendance pose à la fois un défi et une possibilité à saisir pour les Musées. Le défi est de conserver sa pertinence et d'attirer des visiteurs en proposant des expositions d'envergure mondiale. La possibilité est de présenter l'histoire du Canada aux Canadiens. Les Musées doivent innover à cet égard, en misant sur diverses expositions spéciales et temporaires. D'après HLT Advisory, le Canada reste dans le peloton des vingt destinations les plus visitées à l'échelle internationale. Il arrive au 16^e rang: l'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec ont constitué la porte d'entrée d'au moins 80% des visiteurs provenant de l'étranger.

Profil social et démographique

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

Technologie

La Société dépend énormément des technologies pour accomplir son mandat, et celles-ci continuent de progresser rapidement. Cette tendance oblige la Société à faire constamment des investissements pour que les Musées demeurent des sources d'information pertinentes et fiables. Les changements survenus dans les politiques et les directives gouvernementales sur les TI et la protection de la vie privée (par exemple, la norme sur la protection de la vie privée et l'analytique du Web) ont des répercussions sur la Société. Les effets doivent d'abord être analysés afin de mieux en comprendre l'influence sur la Société; ils pourraient nécessiter l'élaboration d'une stratégie d'atténuation. Nous poursuivons la mise à jour du site Web et nous continuons d'en faciliter la navigation ainsi que les achats de billets en ligne et la collecte de données. Nous mettons à profit la technologie pour promouvoir les Musées à partir de différentes plateformes, notamment notre site Web, Facebook et Twitter, et nous offrons des guides audio, que les visiteurs peuvent télécharger au moyen d'une application dans tout téléphone intelligent. Ces visites guidées sont conçues dans différentes langues et pour diverses salles.

Pertinence

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

Réputation

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

Gouvernement

Toutes les sociétés d'État rendent des comptes au Parlement sur le plan financier et juridique par l'intermédiaire d'un ministre désigné. Elles doivent suivre des directives politiques générales (pas de décisions portant sur le contenu opérationnel). La Société entretient des relations avec les ministères qui sont concernés par son mandat.

ENVIRONNEMENT INTERNE**Capacités de l'effectif**

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

Expositions

Les expositions constituent un moyen important de présenter l'histoire nationale et internationale, leurs récits, leurs symboles, leurs expériences

fructueuses, leurs personnalités et leurs objets. Elles permettent aux visiteurs de développer une meilleure compréhension d'un sujet spécifique important au Canada ou à l'étranger.

La **Salle du Canada et Tête-à-tête : La salle des personnalités canadiennes** ont été fermées en 2014 pour entamer le travail sur le **Salle de l'histoire canadienne**. L'ancien Musée canadien de la poste a été converti en une nouvelle galerie d'exposition où les musées canadiens pourront présenter des expositions sur l'histoire canadienne provenant de leurs régions respectives et développant les thèmes abordés dans la **Salle de l'histoire canadienne** lorsque celle-ci sera ouverte en 2017. Il est important que le Musée continue d'attirer des visiteurs, et c'est pourquoi il présentera d'autres expositions internationales comme **Les Grecs – d'Agamemnon à Alexandre le Grand** et **Les Vikings**.

Collections

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

Déplacements et accueil

En 2015, les sociétés d'État ont harmonisé leurs politiques, leurs pratiques et leurs lignes directrices sur les voyages et l'accueil avec celles du Secrétariat du Conseil du Trésor. Le Musée a établi des politiques qui sont conformes aux exigences du Secrétariat du Conseil du Trésor et le resteront, parallèlement au maintien de la transparence auprès du public en ce qui a trait à ses activités, et ce, d'une façon compatible avec ses obligations légales.

- **Progrès dans la mise en œuvre**

La Société s'est dotée d'une nouvelle politique sur les dépenses de voyages, d'accueil, de conférences, de formations et d'événements. Les modifications aux politiques existantes ont surtout porté sur la délégation unique de pouvoirs relativement aux dépenses de voyages, d'accueil, de conférences et d'événements.

• **Transparence et communications**

Il est à noter, en ce qui concerne la divulgation proactive, que la Société rend actuellement publiques, sur son site Web, les dépenses engagées par le président-directeur général et le directeur administratif pour leurs déplacements et l'accueil. Cet effort de divulgation sera élargi pour inclure les vice-présidents de la Société ainsi que le président et les membres du conseil d'administration.

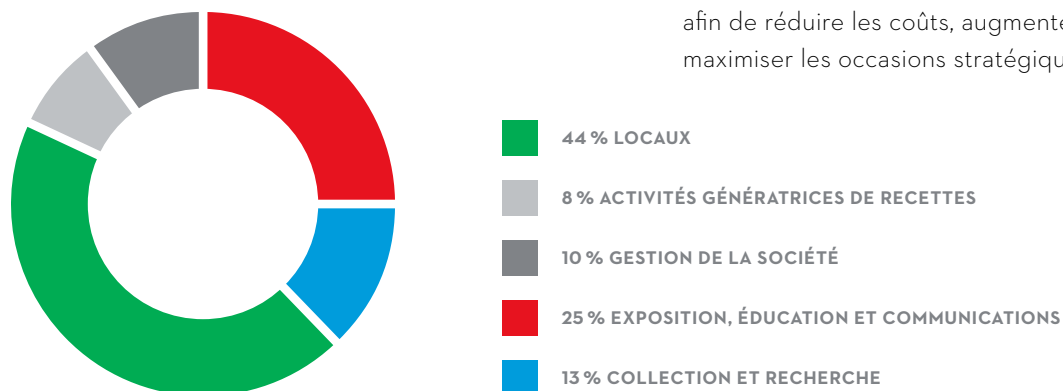
La nouvelle politique sur les dépenses de voyages, d'accueil, de conférences, de formations et d'événements sera aussi affichée sur le site Web.

Ressources financières

Plus de 81% du financement total provient d'un crédit du gouvernement du Canada; les 19% restants sont des revenus de provenance non gouvernementale.

Ce graphique illustre la distribution des dépenses de la Société. Le fonctionnement et l'entretien des édifices muséaux absorbent 44% de ses ressources; 38% sont affectées aux activités qui sont au cœur de son mandat, c'est-à-dire les activités de collection, de recherche et de diffusion du savoir; 10% vont aux technologies de l'information, aux finances, aux ressources humaines et à la gouvernance; et 8% aux activités génératrices de recettes, incluant les collectes de fonds, l'exploitation des boutiques et des restaurants, et la location de salles.

Ressources totales de la Société de 2014-2015 par programme



Musée canadien de la guerre, MCG2014-0057-0001.Dm

Activités de financement

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

Administration

La Société démontre qu'elle est déterminée à maintenir de solides bases financières et opérationnelles afin d'offrir des services muséaux de qualité en intégrant la reddition de comptes à sa planification opérationnelle et à ses rapports, encourageant l'excellence et adoptant des pratiques exemplaires. Lors de son Examen spécial en 2013, le Bureau du vérificateur général du Canada a conclu que la Société a maintenu des systèmes et des pratiques lui donnant l'assurance raisonnable que :

- ses actifs sont protégés et contrôlés;
- ses ressources sont gérées de façon économique et efficiente;
- ses opérations sont menées efficacement.

Le président-directeur général participe au Conseil des PDG des musées, un forum conçu pour faciliter la collaboration avec les autres musées nationaux afin de réduire les coûts, augmenter les revenus et maximiser les occasions stratégiques.

RÉSUMÉ DES RÉSULTATS

Le résumé des résultats identifié dans cette section est séparé en deux sections. La première est tirée des résultats réels de rendement 2013-2014, fondés sur le Cadre de rapport présenté à la Section 2,

Aperçu de la Société. Des détails supplémentaires sont présentés à la Section 4, *Cadre de reddition des comptes et rapport sur la mesure du rendement.*

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 : PRÉSENTER LES MUSÉES AUX CANADIENS

Programmes connexes : Exposition, éducation et communications; collection et recherche

RÉSUMÉ DES RÉSULTATS	ANALYSE
Cinq indicateurs de rendement étaient conformes aux cibles. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce résultat : les nombreuses expositions qui ont voyagé dans l'ensemble du Canada et à l'étranger, la fréquentation du Musée virtuel de la Nouvelle-France et des sites Web, la présence des médias et les prêts d'artefacts. Ces résultats ont permis à la Société d'accroître ses efforts pour améliorer sa notoriété et son accessibilité. Ces facteurs ont aussi contribué à la pertinence de la Société à l'échelle nationale et internationale.	Deux indicateurs de rendement n'étaient pas conformes à la cible. Les objectifs relatifs à la fréquentation sur place et au nombre de billets vendus n'ont pas été atteints en raison d'un fléchissement de l'activité touristique, combiné avec une fréquentation inférieure aux prévisions pour deux grandes expositions spéciales. Si cette tendance se maintient, les prévisions en matière de fréquentation concernant le prochain exercice financier seront révisées.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 2 : EXCELLENCE ET PERTINENCE MUSÉOLOGIQUES

Programmes connexes : Exposition, éducation et communication; collection et recherche

RÉSUMÉ DES RÉSULTATS	ANALYSE
Tous les trois indicateurs de rendement étaient conformes aux cibles. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce résultat : les modules permanents, les expositions temporaires, les principaux projets de recherche et l'acquisition d'artefacts permettant à la Société d'élargir ses collections nationales et les recherches des conservateurs en vue de mieux présenter les récits, les réalisations et les symboles nationaux.	Étant donné que tous les objectifs établis ont été atteints, aucune faiblesse n'a été constatée.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 3 : SE CONCENTRER SUR LES RÉSULTATS

Programmes connexes : Gestion de la Société; locaux

RÉSUMÉ DES RÉSULTATS	ANALYSE
Deux des quatre indicateurs de rendement étaient conformes aux cibles. La conformité de ce résultat est attribuable au nombre de projets d'immobilisations approuvés par le conseil d'administration. Grâce à ces projets, les Musées offrent de meilleures garanties aux visiteurs et au personnel sur les plans de la santé et de la sécurité, et il a été possible de remettre en état une infrastructure dont le cycle de vie tirait à sa fin.	Deux indicateurs de rendement n'étaient pas conformes à la cible. Nous avons recentré les objectifs de rendement afin d'accorder la priorité à la Salle de l'histoire canadienne et aux activités soulignant le centenaire de la Première Guerre mondiale. La variation constatée à l'issue de la vérification est attribuable à l'élargissement de la portée de la vérification du flux de trésorerie.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 4 : FINANCEMENT ET COLLECTE DE FONDS

Programme connexe : Gestion de la Société

RÉSUMÉ DES RÉSULTATS	ANALYSE
Un indicateur de rendement était conforme à la cible. Cela a permis à la Société d'augmenter ses ressources financières par l'intermédiaire de diverses sources supplémentaires, telles que les commandites et les ententes de collaboration.	Un indicateur de rendement n'était pas conforme à la cible. Les activités de financement n'ont pas atteint les cibles prévues en ce qui a trait aux commandites et aux dons majeurs. Un nouveau plan de financement quinquennal a été développé.



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-02790-0003-Dm

PERSPECTIVES ET EMBÛCHES

Cette section présente un survol des principales possibilités et menaces auxquelles la Société s'attend à devoir faire face au cours de la période de planification. La possibilité la plus importante est la **Salle de l'histoire canadienne** qui sera complétée en 2017.

Compte tenu de l'importance du projet de transformation, une section distincte figure, à la suite du résumé des autres principales possibilités et menaces qui guettent le Musée pendant la période de planification.

COMMÉMORATIONS

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

PRESSIONS FINANCIÈRES

L'escalade des frais fixes non discrétionnaires, particulièrement ceux du gaz et de l'électricité, les paiements en remplacement d'impôts (PERI) et les réparations requises par les deux édifices, en particulier au Musée de l'histoire qui en est à sa 26^e année de fonctionnement, constituent toujours

des défis. Conjugés à des réductions de financement survenues pendant les exercices (p. ex. l'Examen stratégique de 2008-2009 et la Réforme des acquisitions), ces frais ont de graves répercussions sur le fonctionnement et la gestion de la Société.

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



Musée canadien de la guerre, Vimy, 10670070-014

INSTALLATIONS

La Société gère deux biens importants : les édifices du Musée canadien de l'histoire et du Musée canadien de la guerre. Les deux édifices abritent des trésors canadiens inestimables qui doivent être maintenus dans des conditions environnementales spécifiques afin d'assurer leur conservation pour les générations futures. De plus, les deux édifices doivent être sécuritaires et adaptés pour le public, le personnel et les artefacts.

ACTIVITÉS GÉNÉRATRICES DE RECETTES ET COLLECTES DE FONDS

Recettes gagnées

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

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

Revenus d'apport

La Société s'est employée à établir un groupe cadre de donateurs ayant à cœur ses programmes et ses activités. Leurs contributions ont bénéficié aux programmes pour l'enfance et la jeunesse, et ont

permis l'acquisition d'artefacts importants. Toutefois, le ralentissement économique de 2008 a eu des effets persistants sur les dons, les commandites et les collectes de fonds, qui ne sont pas à l'abri des caprices de l'économie aux échelles régionale et nationale. La Société connaît aussi une vive concurrence sur le plan des dons philanthropiques, notamment de la part des universités, des hôpitaux et d'autres institutions d'Ottawa-Gatineau.

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

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

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

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

DIFFUSION

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

Les expositions temporaires permettent aux musées nationaux et internationaux de faire connaître leur histoire et leur culture aux Canadiens et facilitent l'établissement de relations et d'ententes de collaboration. L'ancien Musée canadien de la poste, d'une superficie de 7 500 pieds carrés, a été transformé en un espace consacré aux expositions temporaires sur l'histoire du Canada. Le changement de vocation dont fera l'objet cet espace d'exposition permettra de présenter en détail des sujets propres à l'histoire canadienne, ainsi que des expositions provenant de musées de partout au pays tels que

Portés par le fleuve, Duplessis donne à sa province : Le marketing politique de l'Union Nationale et Terry Fox : Courir au cœur du Canada. Ce nouvel espace d'exposition est propice au réseautage et permet la présentation d'expositions de partenaires canadiens.

« Le but ultime du réseau consiste à aider la population à mieux comprendre l'histoire du Canada, dans une perspective tant nationale que régionale, et à favoriser un sentiment collectif d'appartenance dans tout le pays. » Le Musée canadien de l'histoire est intervenu activement dans l'organisation et la direction du réseau. Trois échelons de partenariat ont été établis afin d'élargir l'éventail des associations possibles entre les institutions et d'optimiser le niveau de collaboration : les musées dotés d'une capacité similaire à celle du MCH, les musées affiliés et les partenaires fédéraux. Ainsi, davantage d'institutions, dont les services, les artefacts et le savoir-faire différent, peuvent prendre part au réseau.



Musée canadien de l'histoire, IMG2015-0290-0009-Dm

Le financement et la responsabilité du Musée virtuel du Canada et des Ouvrages de référence en ligne ont été transférés au Musée canadien de l'histoire. L'arrivée du Musée virtuel du Canada s'inscrit tout à fait dans le nouveau mandat du Musée, qui prévoit un élargissement des champs d'intérêt par une présentation plus détaillée de l'histoire canadienne. Cette ressource en ligne aidera le Musée à faire rayonner davantage l'histoire et la culture canadiennes au pays et partout dans le monde.

RESSOURCES HUMAINES

Les relations de travail restent proactives avec les syndicats, la Fonction publique du Canada et l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada afin d'aborder et de résoudre les problèmes ponctuels, ainsi que pour entretenir un climat de travail sain, professionnel et positif. La Société a négocié avec succès une nouvelle convention collective avec l'Institut professionnel de la fonction publique du Canada en 2012. Durant l'été 2013, la Société a également signé une convention collective triennale assortie des mêmes paramètres avec l'Alliance de la Fonction publique du Canada.

RECHERCHE ET COLLECTIONS

C'est grâce à la recherche et aux collections que les visiteurs sont en mesure de mieux connaître les événements, les personnes, les moments et les objets importants qui ont façonné l'histoire du Canada. La recherche est le socle qui fonde l'assemblage et la préservation des collections nationales. L'approche des Musées en matière de recherche respecte les grands principes suivants : responsabilité, pertinence, inclusivité et crédibilité.

L'intérêt accru accordé à l'histoire canadienne, le Plan triennal de collecte de fonds et la Stratégie de recherche miseront sur les activités de recherche et de collections aux Musées. La Stratégie de recherche est la première stratégie conjointe produite par le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien de la guerre. Elle guidera l'ensemble des offres et les activités principales des Musées. Cette initiative orientera et coordonnera les activités de recherche des deux Musées pendant dix ans. Elle guidera et

orientera les sujets et les types d'éléments matériels étudiés, recueillis et diffusés, et elle fera office de véhicule principal en matière de coopération et de communication. La Stratégie est orientée autour de trois thèmes principaux :

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

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

COMMUNAUTÉS AUTOCHTONES

La Société tient un discours respectueux et ouvert, et mène des consultations appropriées sur les sujets d'intérêt pour les communautés autochtones, y compris le rapatriement de biens culturels. Ceci représente une occasion d'examiner les collections des différentes communautés, de tenir des rituels, entre autres la purification, de discuter de méthodes de conservation des objets avec les responsables des collections et de partager de l'information.



Musée canadien de la guerre, MCCG2015-0103-0111-Dm

GESTION DE L'INFORMATION ET DES CONNAISSANCES

Le Musée virtuel du Canada et les Ouvrages de référence en ligne offrent au Musée la possibilité de faire connaître et de mettre en valeur l'histoire canadienne sur Internet. Les sites Web s'y rapportant, qui attirent des milliers de visiteurs chaque année, constituent un autre élément à examiner et à évaluer.



© Dessins par gsm*, Musée canadien de l'histoire

SALLE DE L'HISTOIRE CANADIENNE

La construction de la nouvelle **Salle de l'histoire canadienne** constitue une possibilité emballante, mais également un immense défi impliquant la planification, le design et la construction d'une nouvelle exposition de 44 000 pieds carés pour remplacer la **Salle du Canada** et **Tête-à-tête : La salle des personnalités canadiennes**.

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

explorant l'histoire et les cultures mondiales, et des expositions permanentes éclairant les réalisations historiques et les contributions continues des Premiers Peuples du Canada.

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

LA SALLE DE L'HISTOIRE CANADIENNE

Représentation permanente du nouveau mandat et image du Musée, la **Salle de l'histoire canadienne** totalisera près de 44 000 pieds carrés d'expositions permanentes se fondant sur les

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

Le personnel du Musée, dirigé par l'équipe principale de la **Salle de l'histoire canadienne**, a élaboré un synopsis pour guider le design et le développement des expositions permanentes, ainsi que les programmes, les sites Web et les autres offres muséales qui en découleront. Au cours des trois prochaines années, la **Salle de l'histoire canadienne** sera un facteur important pour définir la politique de collectionnement, les ententes de partenariat et la planification stratégique du Musée.

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

COMITÉS CONSULTATIFS

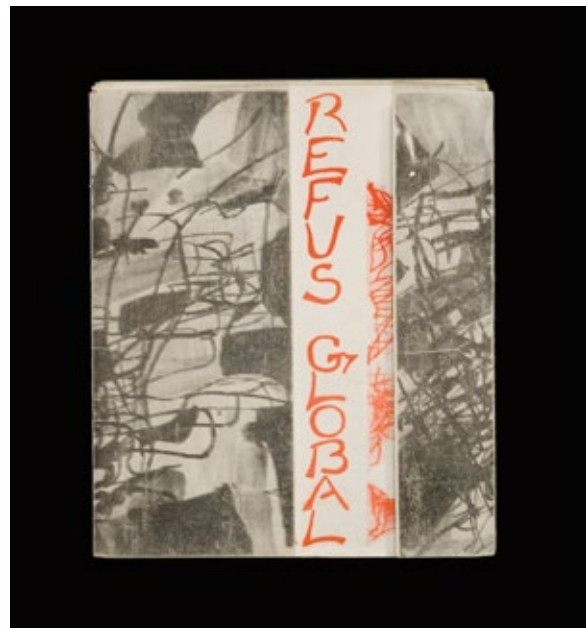
On a mis sur pied des comités consultatifs qui rassemblent des experts externes de différentes régions du pays, de divers domaines et aux antécédents variés. Ces comités consultatifs ont aidé les équipes de conservateurs aux étapes de la recherche et de l'élaboration du contenu de la



Musée canadien de l'histoire, 2002.B1.44, IMG2009-0063-0156



Musée canadien de l'histoire, NPHI III M10, IMG2009-0063-0170m



Musée canadien de l'histoire, RARE N 6546-08 P44 1948, IMG2009-0063-0111

nouvelle **Salle de l'histoire canadienne**. La Société a créé six comités consultatifs, respectivement chargés d'enjeux généraux, de l'histoire du Canada jusqu'en 1867, de l'histoire du Canada de 1867 à 1945, de l'histoire du Canada de 1945 à nos jours, de l'histoire des Autochtones et de l'histoire des femmes. Les membres de ces comités mettent à profit leur expertise pour la création de la nouvelle salle. L'apport des comités consultatifs a été essentiel à la poursuite du projet par le personnel. Deux comités consultatifs interviennent maintenant dans le processus : le comité général et le comité de l'histoire des Autochtones. Ces deux comités consultatifs continueront de collaborer étroitement avec le personnel du Musée pour assurer la cohésion du contenu et des thèmes des galeries. Ils feront l'objet d'un examen à mesure que le projet avancera.

EXPOSITIONS TEMPORAIRES

Voisine de la **Salle de l'histoire canadienne**, une nouvelle galerie de 4 300 pieds carrés – correspondant à l'ancien Musée canadien de la poste – sera dédiée à la présentation d'expositions provenant d'un réseau de musées de partout au pays. Dirigé par le Musée canadien de l'histoire, ce réseau facilitera le partage d'expositions, d'artefacts et de connaissances, dans le but de stimuler un sens commun de l'identité selon des perspectives nationales et régionales. Au 31 octobre 2014, le réseau comptait 18 musées, 5 musées affiliés et 5 partenaires fédéraux. Le réseau demeure ouvert et continue de s'étendre.

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

CONSULTATIONS PUBLIQUES

Après que le gouvernement eut annoncé son intention de créer le Musée canadien de l'histoire, et pour en apprendre davantage sur

ce que pensaient les Canadiens de l'histoire et sur les événements de l'histoire du pays qu'ils considéraient importants, le Musée a lancé le projet *Mon musée d'histoire* le 16 octobre 2012 pour concevoir et planifier un exercice de participation du public axé sur les objectifs suivants :

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

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

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

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

4

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



Musée canadien de la guerre, MCG2015-0014-0001-Dm

APERÇU

La présente section contient des précisions sur le Cadre de mesure du rendement, qui tient compte de l'analyse dont fait état la section 3, *Enjeux stratégiques*. Elle s'appuie sur l'Architecture d'alignement des programmes et les orientations stratégiques établies par le conseil d'administration.

La Société harmonise ses plans, ses activités, ses objectifs de rendement, ses dépenses et ses rapports avec le mandat établi par le Parlement et les orientations stratégiques fixées par le conseil d'administration. Depuis la mise en application d'un cadre de mesure du rendement en 2011, la mesure du rendement fait partie intégrante de la planification ainsi que des rapports trimestriels destinés au conseil d'administration, au Résumé du plan d'entreprise et au Rapport annuel.

La présente période de planification pose un défi particulier en matière de reddition des comptes. En avril 2014, le conseil d'administration a établi de nouvelles orientations stratégiques qui refléteront davantage le nouveau mandat de la Société et guideront les activités et les programmes de celle-ci durant la transition vers le Musée canadien

de l'histoire. Cependant, les résultats, les cibles et les points saillants du rendement des exercices 2013-2014 et 2014-2015 doivent être présentés dans le contexte des orientations stratégiques de 2009, soit :

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

Les objectifs futurs du reste de la période de planification seront élaborés au cours de l'exercice 2015-2016. Les Musées ont cerné des projets clés et des points saillants du rendement pour le reste de la période de planification de 2015 à 2020.

Cette section est scindée en deux volets aux fins du présent Résumé du plan d'entreprise.

1. Les résultats et les points saillants du rendement pour 2013-2014 et 2014-2015, évalués sous l'angle des orientations stratégiques établies par le conseil d'administration en 2009. Ce volet comprend :
 - Les résultats attendus et les stratégies de la période de planification.
 - Le cadre de mesure du rendement et les rapports :
 - Les résultats et les cibles de 2014-2015;
 - Les faits saillants du rendement - 2013-2014;
 - Les faits saillants du rendement - les cibles pour 2014-2015.
2. Les priorités élevées et les projets clés de la période de planification de 2015 à 2020.

La Société a produit la version finale d'un nouveau cadre de mesure du rendement, qui comprend des indicateurs de rendement révisés, au début de 2015-2016, en vue d'une mise en œuvre au cours du même exercice. Le prochain Sommaire du plan d'entreprise contiendra un cadre de mesure du rendement révisé, et les indicateurs de rendement et cibles connexes refléteront les nouvelles orientations stratégiques de 2014.



Musée canadien de la guerre, Combo Jeep2_fin

ARCHITECTURE D'ALIGNEMENT DE PROGRAMME

Les « Programmes » entièrement intégrés sont stratégiquement conçus pour contribuer à l'accomplissement du mandat de la Société en vertu de la *Loi sur les musées*. Les quatre principaux programmes et sous-programmes s'établissent comme suit :

RÉSULTAT STRATÉGIQUE

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

PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES	RÉSULTATS ATTENDUS	RÉSULTATS CLÉS
<p>Exposition, éducation et communication</p> <p><i>La Société encourage les Canadiens à connaître, comprendre et apprécier l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique de leur pays. La Société développe et communique le savoir et l'expertise, et accroît la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de ses recherches, de ses expositions, de ses programmes éducatifs et de ses publications.</i></p>	<p>Expositions Programmes Publications Communications</p>	<p>La Société développe et communique le savoir et l'expertise, et accroît la compréhension des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de ses recherches, de ses expositions, de ses programmes éducatifs et de ses publications.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des expositions qui améliorent la compréhension et la connaissance de l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique, principalement celle du Canada. • Des programmes publics et des activités de diffusion conçus pour communiquer des connaissances sur l'histoire du Canada et sur les cultures canadiennes et mondiales. • Des publications imprimées et électroniques qui communiquent le savoir, les connaissances spécialisées et les résultats des recherches. • Une connaissance accrue des activités des trois musées nationaux de la part de publics du Canada et de l'étranger.
<p>Collection et recherche</p> <p><i>La Société acquiert des artefacts dans huit disciplines, réalise de la recherche fondamentale et préserve les collections pour les générations futures par l'entremise d'initiatives de conservation et en fournissant les conditions d'entreposage appropriées et adéquates. La Société acquiert des collections afin de préserver, effectuer des recherches et documenter l'histoire humaine, sociale, culturelle, militaire et politique qui représente le patrimoine, l'histoire et l'identité du Canada.</i></p>	<p>Collections Recherche Bibliothèque et archives</p>	<p>La Société acquiert des collections pour préserver l'histoire sociale, culturelle, humaine, militaire et politique du Canada, poursuivre des recherches à son sujet et la documenter, afin d'en refléter le patrimoine, l'histoire et l'identité.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des collections nationales qui sont un reflet du Canada et du monde. • La création d'un savoir et de données publiques qui accroissent la compréhension du patrimoine canadien et orientent les politiques. • L'acquisition, la préservation et l'accès au savoir essentiel à la compréhension des collections d'artefacts canadiens et des preuves intangibles de l'histoire et de l'identité.

PROGRAMMES	SOUS-PROGRAMMES	RÉSULTATS ATTENDUS	RÉSULTATS CLÉS
<p>Gestion de la Société <i>La Société assure une saine gouvernance de même qu'une gestion efficace et efficiente de ses ressources humaines et financières, et génère des recettes externes qui contribuent à l'exécution de son mandat. De plus, la Société veille à ce que ces ressources soient développées, canalisées, administrées et contrôlées de manière efficace.</i></p>	<p>Activités génératrices de recettes Services de la Société Gouvernance</p>	<p>La Société veille à ce que les ressources soient développées, dirigées, administrées et contrôlées efficacement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des contributions nettes au financement de la Société par l'entremise de services commerciaux. • Des contributions philanthropiques et des commandites qui s'ajoutent au financement. • L'amélioration du rendement de la Société et le respect des prescriptions de la loi. • Développer un réseau d'ententes de collaboration axé sur les résultats. • S'acquitter du mandat public avec légitimité, responsabilité et efficience.
<p>Locaux <i>La Société s'assure que ses installations sont sécuritaires, adaptées à la préservation et à l'exposition de la collection nationale, facilement accessibles au public, et sécuritaires pour ses visiteurs et ses employés.</i></p>	<p>Gestion des installations Projets d'immobilisations</p>	<p>La Société offre des installations sécuritaires et adaptées, qui sont facilement accessibles au public et qui permettent de préserver et d'exposer les collections nationales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le fonctionnement quotidien des lieux physiques de la Société, leur entretien et leur amélioration à plus long terme. • Des réparations majeures, le remplacement ou l'amélioration des lieux physiques et des installations de la Société.

1. RÉSULTATS ET STRATÉGIES (2013-2014, 2014-2015)

EN FONCTION DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DE 2009

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 : PRÉSENTER LES MUSÉES AUX CANADIENS

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

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

RÉSULTATS ATTENDUS

Exposition, éducation et communication :

La Société développe et communique le savoir et l'expertise, et accroît la compréhension

des réalisations culturelles humaines et des événements historiques par l'entremise de ses recherches, ses expositions, ses programmes éducatifs et ses publications.

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

PRIORITÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

1. Accroître la portée et l'ampleur du programme des expositions itinérantes, comme la conception de nouvelles catégories de présentoirs et

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

CADRE DE MESURE DU RENDEMENT ET RAPPORTS

Rendement récent et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT		2013-2014 RÉSULTATS	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE
1. Nombre de nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes	MCH	19	16	16
	MCG	5	8	4
	TOTAL	24	24	20
2. Fréquentation des Musées (en milliers)	MCH	1064	1200	1200
	MCG	412	450	425
	TOTAL	1476	1650	1625
3. Entrées payées (en milliers)	MCH	453	505	505
	MCG	192	225	205
	TOTAL	645	730	710
4. Nombre de pages consultées sur le site Web du MVNF (en milliers)	MCH MCG	938	449	600
5. Nombre de pages visitées sur le site Web (en milliers)	MCH	8328	8991	9268
	MCG	4288	3921	4048
	TOTAL	12 616	12 912	13 316
6. Nombre de reportages et d'articles dans les médias sur les deux Musées et de la Société	MCH	3024	2000	2000
	MCG	2137	2000	2000
	TOTAL	5161	4 000	4 000
7. Nombre d'artefacts prêtés	MCH	1410	1200	1200
	MCG	505	400	400
	TOTAL	1915	1600	1600

Faits saillants du rendement - 2013-2014

INDICATEURS DE RENDEMENT

2013-2014 EXEMPLES DE RÉSULTATS

PROGRAMME 1: EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

<p>Nombre de nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes.</p>	<p><i>Musée canadien de l'histoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Expédition - Arctique: Nanaimo District Museum - 12 août 2014. • Top Secret - Opération jouets: Musée minéralogique et minier - 17 mai 2013. <p><i>Musée canadien de la guerre</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1812: Grimsby Museum - 4 janvier 2014. • La Marine - L'œuvre d'un siècle: The Reach Gallery - 26 septembre 2013.
<p>Fréquentation des Musées.</p>	<p><i>Musée canadien de l'histoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1064 000 <p><i>Musée canadien de la guerre</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 413 000
<p>Entrées payées.</p>	<p><i>Musée canadien de l'histoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Billets individuels: 292 000 • Billets de groupe: 161 000 <p><i>Musée canadien de la guerre</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Billets individuels: 123 000 • Billets de groupe: 69 000
<p>Nombre de pages visitées sur le site Web du MVNF.</p>	<p><i>Musée canadien de l'histoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 938 000
<p>Nombre de pages visitées sur le site Web.</p>	<p><i>Musée canadien de l'histoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 616 000
<p>Nombre de reportages et d'articles dans les médias sur les deux Musées et sur la Société.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'annonce d'un partenariat entre les amis de la Collection Terry Fox et le Musée a généré plus de 68 articles ou reportages dans les médias. • Le partenariat avec le Musée Pointe-à-Callière dans le cadre de la prochaine exposition Les Grecs - d'Agamemnon à Alexandre le Grand a aussi attiré l'attention des médias. • L'inauguration de l'exposition Paix, à laquelle 600 invités étaient présents, a généré 41 articles ou reportages dans les médias le premier mois et alors atteint 1,2 million de Canadiens. La couverture de l'événement était positive. • Le Musée canadien de la guerre s'est associé à la Société Canada-Corée, à Anciens Combattants Canada, à l'Institut Historica-Dominion et à l'ambassade de la République de Corée afin de souligner le 60^e anniversaire de l'armistice en Corée. L'événement a généré 25 articles ou reportages dans les médias et a pu atteindre plus de 1 million de Canadiens.
<p>Nombre d'artefacts prêtés. <i>Note : Sont comptabilisés seulement les artefacts de la collection nationale qui sont présentement en circulation dans le cadre d'un prêt, peu importe sa durée.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'astrolabe du voyage de Champlain. • La sculpture d'Ashoona Kiugat, de l'exposition <i>Highlights of Inuit Sculpture</i>. • Les sculptures et les peintures de l'artiste haïda Charles Edenshaw. • L'emprunt d'insignes de coiffure et d'autres accessoires de troupes de soldats de la Première Guerre mondiale par le Memorial Museum Passchendaele 1917, en Belgique, pour une exposition sur la bataille. • Médailles de la Guerre de 1812.

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement, 2014-2015

INDICATEURS
DE RENDEMENT

2014-2015 FAITS SAILLANTS DES CIBLES ANNUELLES

PROGRAMME 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Nombre de nouvelles ouvertures d'expositions itinérantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Expédition : L'Arctique évoque les victoires et les revers de cette aventure et montre comment elle a marqué le Grand Nord canadien et ses populations. Une entreprise qui a redessiné la carte de l'Arctique en plus d'accroître nos connaissances sur son environnement et ses cultures. • Les enfants font la fête! est une exposition dynamique qui permet aux enfants de découvrir l'importance et la diversité des fêtes célébrées au Canada. Elle propose une exploration stimulante du rôle des festivités qui réunissent les familles et donnent aux jeunes un sentiment d'appartenance, tout en leur apprenant à se soucier des autres. • Estampes inuites... inspiration japonaise présente des œuvres remarquables d'une grande importance historique qui proviennent du Japon et de l'atelier de Cape Dorset. • 1812 retrace l'origine et le déroulement de la guerre du point de vue de ses quatre principaux acteurs : les Canadiens, les Américains, les Britanniques et les autochtones américains. Cette exposition permet d'approfondir et d'enrichir notre connaissance de ce conflit, qui a contribué à faire du Canada le pays que l'on connaît aujourd'hui. • Paix : L'exposition démontre que la paix fait depuis toujours partie de l'histoire du Canada. Elle explore comment des générations de Canadiens ont négocié, se sont organisées et sont intervenues pour la paix. • Légion d'honneur présente des images noir et blanc du photographe Tobi Asmoucha, qui capture les moments et événements quotidiennes dans diverses Légions du Canada.
Fréquentation des Musées.	<p><i>Musée canadien de l'histoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1200 000 <p><i>Musée canadien de la guerre</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 425 000
Entrées payées.	<ul style="list-style-type: none"> • MCH: 505 000 • CINÉ+: 180 000 • MCG: 225 000
Nombre de pages visitées sur le site Web du MVNF.	<p><i>Musée canadien de l'histoire</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Accessibilité accrue. • Amélioration de la navigation en ligne. • Disponibilité accrue des collections en ligne.
Nombre de pages visitées sur le site Web.	<p><i>Résultats de la Société</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Enrichissement de l'expérience des utilisateurs en ligne. • Accessibilité accrue. • Amélioration de la navigation en ligne. • Disponibilité accrue des collections en ligne.
Nombre de reportages et d'articles dans les médias.	<p><i>Résultats de la Société</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nouvelles expositions, nouveaux programmes et nouvelles activités. • Nouveaux projets de recherche clés. • Nouvelles acquisitions. • Nouvelles ententes de collaboration. • Nouvelles acquisitions.

PROGRAMME 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

Nombre d'artefacts prêtés.

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

- Colline du Parlement, édifice de l'Est, pièces historiques - Bureau de sir John A. Macdonald. Prolongé jusqu'en 2017.
- Artefacts de Charles Edenshaw au Vancouver Art Gallery.
- Artefacts au Musée Huron-Wendat du Québec.
- 22 artefacts dans le cadre d'une exposition permanente sur l'histoire du régiment pour le Musée Royal 22^e Régiment à la Citadelle de Québec.
- 47 photos d'archives de la Première Guerre mondiale pour l'exposition *La Grande Guerre : Le pouvoir d'influence de la photographie* au Musée des beaux-arts du Canada, à Ottawa.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 2 : EXCELLENCE ET PERTINENCE MUSÉOLOGIQUES

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

Programmes connexes : Exposition, éducation et communication; collection et recherche

RÉSULTATS ATTENDUS

Exposition, éducation et communication :

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

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

PRIORITÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

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

CADRE DE MESURE DU RENDEMENT ET RAPPORTS

Rendement récent et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT		2013-2014 RÉSULTATS	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE
8. Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts	MCH	9	8	5
	MCG	8	7	5
	TOTAL	17	15	10
9. Pourcentage de projets de recherche clés progressant comme prévu ou terminés	MCH	83%	90%	90%
	MCG	90%	90%	90%
	TOTAL	86%	90%	90%
10. Nombre d'artéfact acquis	MCH	1844	1500	1500
	MCG	1027	500	500
	TOTAL	2 871	2 000	2 000

Faits saillants du rendement - 2013-2014

INDICATEURS DE RENDEMENT

2013-2014 EXEMPLES DE RÉSULTATS

PROGRAMME 1: EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts.

Permanents

- Aucun module permanent n'a ouvert en 2013-2014.

Temporaires

- **Les aventures de monsieur Patate**: L'exposition invite les visiteurs à se joindre à monsieur Patate pour explorer des séries d'explorations interactives et encourage les nouvelles expériences dans le Musée des enfants (du 8 juin 2013 au 5 janvier 2014).
- **Indigène et urbain**: Ceci est le premier événement concentré sur l'art autochtone contemporain qui illustre des paysages urbains (du 27 juin 2013 au 3 septembre 2013).
- **Champlain 2013**: Une petite exposition pour illustrer le 400^e anniversaire de l'arrivée de Samuel de Champlain dans la vallée de l'Outaouais.
- **Deux regards - les photographies d'Ansel Adams et de Leonard Frank**: Cette exposition présente des images évocatrices, qui illustrent les expériences d'Américains et de Canadiens japonais, captées par deux photographes de renom, l'Américain Ansel Adams et le Canadien Leonard Frank (du 20 septembre 2013 au 23 mars 2014).
- **Lauréats 2013 des concours nationaux de dessin d'affiche et de composition littéraire de la Légion royale canadienne**: Chaque année, des élèves de partout au pays envoient leurs textes et dessins dans le cadre de ce concours. Le Musée canadien de la guerre expose avec fierté les textes et dessins gagnants (du 1^{er} juillet 2013 au 1^{er} juin 2014).

INDICATEURS
DE RENDEMENT

2013-2014 EXEMPLES DE RÉSULTATS

PROGRAMME 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

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

- **Neige - L'exposition** : La recherche est terminée, et les textes ont été écrits et produits.
- **Musée virtuel de la Nouvelle-France** : La recherche se poursuit pour assurer la mise à jour constante du contenu.
- **Les Fenians** : La recherche progresse; le Fort Erie Museum a confirmé son intérêt.
- **Canada et les Balkans** : La recherche progresse comme prévu.
- **Otto Dix/AY Jackson** : L'exposition a ouvert tel que prévu le 10 avril 2014.

Nombre d'artefacts acquis.

Note : Ne comprend pas le matériel d'archives et le matériel archéologique reçus par dons, achats ou transferts.

- **Windfields Farms** : des trophées et matériaux connexes.
- **Costume autochtone** avec parure de tête, chemise et pantalon, vers 1927.
- **Tableaux de Bob Boyer** : *Fourth Day* et *High Sun*, vers 2000.
- **Objets reliés au Marathon de l'espoir Terry Fox**.
- **Soldats de la Première Guerre mondiale**, le soldat James Wright, photographe, et quelques autres artistes, cahiers avec 42 esquisses.
- **Série de médailles de 883 Sergent William Ernest Hanna** - Corps expéditionnaire canadien et Première Guerre mondiale.
- **Plus de 70 objets de l'Afghanistan** et d'autres opérations récentes.

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement, 2014-2015

INDICATEURS
DE RENDEMENT

2014-2015 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES

PROGRAMME 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts.

Permanents

- Aucun module permanent n'est prévu pour 2014-2015.

Temporaires

- **L'Empress of Ireland** : Le naufrage de l'Empress of Ireland, la plus grande catastrophe maritime de l'histoire du Canada, pose un regard important sur l'histoire de l'immigration du début du 20^e siècle. L'inauguration coïncidera avec le 100^e anniversaire de la tragédie (du 29 mai 2014 au 6 avril 2015).
- **1867** : Cette exposition présentera la Confédération aux Canadiens et explorera son rôle fondamental dans la création du Canada moderne (du 27 novembre 2014 au 13 septembre 2015).
- **Windfields Farm** : Cette exposition soulignera le 50^e anniversaire de la victoire de Northern Dancer au derby du Kentucky de 1964 et présentera quelques-uns des principaux artefacts de la collection Windfields Farm (de mai 2014 à avril 2015).
- **Ni'naal'Nu - Les Mi'kmaq de l'Île-du-Prince-Édouard** : Ni'naal'Nu présente l'histoire des Mi'kmaq de l'Î.-P.-É. par des traditions orales où sont abordés différents thèmes, comme le savoir des Aînés, les légendes, les religions et les croyances spirituelles des Mi'kmaq, les alliances, les conflits, la famille et la communauté (du 10 octobre 2014 au 18 janvier 2015).
- **Témoins - L'art de la Première Guerre mondiale** : L'exposition Témoins sonde les perceptions de 62 artistes, professionnels et amateurs, à l'égard de la Première Guerre mondiale (du 9 avril 2014 au 16 novembre 2014).

PROGRAMME 1 : EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION

Nombre de modules permanents et d'expositions temporaires ouverts.

- **Transformations – A. Jackson et Otto Dix** : Le Canadien A.Y. Jackson et l'Allemand Otto Dix se sont intéressés au thème de la guerre et à l'art paysager tout au long de leur vie, chacun dans des contextes culturels et sociaux très différents. Au contact de cet art paysager influencé par le thème de la guerre, les visiteurs découvriront comment la carrière des artistes a orienté certaines idées liées à l'identité nationale au Canada et en Allemagne à différentes reprises (du 9 avril 2014 au 16 novembre 2014).
- **Gaz. Boue. Mémoire. – Le Canada et la Belgique pendant la Première Guerre mondiale** : Cette exposition est axée sur la capacité d'adaptation à des défis de taille sur les champs de bataille, dont ont fait preuve les Canadiens qui se sont battus en Belgique pendant la Première Guerre mondiale (de novembre 2014 à avril 2015).

PROGRAMME 2 : COLLECTION ET RECHERCHE

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

- **Exposition 1867** : Recherche et travail du conservateur.
- Recherche préalable à l'élaboration d'un nouveau site Web documentant l'histoire de la fabrication des premiers meubles canadiens – textes et étiquettes finaux; conception et lancement du site Web.
- **Exposition Empress of Ireland** : Recherche et travail du conservateur.
- L'exposition **Gaz. Boue. Mémoire.** est passée des étapes de la recherche et de la rédaction à celle de l'installation. Des dispositions restent à prendre en vue de son déplacement.
- Les étapes de recherche, de rédaction et de conception préliminaire de l'exposition permanente **Le front intérieur, 1917** sont terminées; en attente de l'installation.
- Les étapes de recherche, de rédaction et de conception de l'exposition **Étrangers ennemis : les opérations d'internement au Canada** sont terminées.

Nombre d'artefacts acquis.

- Les acquisitions à venir prévues seront harmonisées avec le mandat et les priorités des collections pour les cinq prochaines années :
 - **Des objets antérieurs à 1850.** Relativement peu d'artefacts de la collection sont antérieurs à 1850. Lorsque des occasions se présentent, l'acquisition d'anciens objets historiques constitue un objectif important.
 - **L'histoire politique canadienne depuis 1950.** Le Musée recueillera des objets documentant l'histoire politique récente et en cours. Une stratégie clé consiste à « cibler » les personnalités se retirant de la vie politique pour qu'elles consentent à effectuer des dons.
 - **Les personnalités canadiennes.** La « cible » comprend des personnalités plus récentes, notamment pour alimenter la salle des personnalités canadiennes (Tête-à-tête).
 - **La culture populaire au Canada depuis 1950.** Le Musée recueillera des objets appartenant à la « culture populaire » au sens large et notamment des artefacts révélateurs à propos de personnalités sportives (historiques et contemporaines), de mode, de styles musicaux et d'autres éléments de « style » dans les anciens et les nouveaux médias.
 - **Les formes contemporaines d'objets traditionnels.** Les traditions, aussi bien conservées soient-elles, sont en constante évolution. Le Musée s'intéressera aux façons des Canadiens de se situer par rapport au patrimoine culturel et artistique hérité de leurs ancêtres et de leurs prédécesseurs, de s'y habituer et de l'interpréter.
- Les artefacts se rapportant aux opérations des Forces canadiennes en Afghanistan qui seront remis au Musée de la guerre par l'entremise du projet de commémoration L'Afghanistan des Forces canadiennes; il pourrait s'agir de véhicules, d'armes, de dispositifs explosifs de circonstance, de matériel relatif aux interactions entre les Afghans et les Canadiens, de matériel logistique et d'artefacts représentant l'ennemi.
- Les artefacts se rapportant à la Première Guerre mondiale, plus particulièrement des œuvres d'arts, des archives, des médailles et de l'équipement relié aux expositions identifiées, au site Web et aux projets de recherche.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 3 : SE CONCENTRER SUR LES RÉSULTATS

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

Programmes connexes : Gestion de la Société; locaux

RÉSULTATS ATTENDUS

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

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

PRIORITÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

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

CADRE DE MESURE DU RENDEMENT ET RAPPORTS

Rendement récent et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT		2013-2014 RÉSULTATS	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE
11. Pourcentage des objectifs de rendement clés définis dans le Plan d'entreprise progressant comme prévu ou atteints	MCH MCG	76%	90%	90%
12. Nombre d'activités de suivi, entreprises selon les recommandations des rapports de vérification, qui progressent comme prévu	MCH MCG	27	10	25
13. Nombre de vérifications et d'examens complétés	MCH MCG	2	3	3
14. Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le conseil qui progressent comme prévu	MCH	2	1	3
	MCG	0	0	0
	TOTAL	2	1	3

Faits saillants du rendement - 2013-2014

INDICATEURS DE RENDEMENT

2013-2014 EXEMPLES DE RÉSULTATS

PROGRAMME 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ

<p>Nombre d'objectifs de rendement définis dans le Plan d'entreprise qui progressent comme prévu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La création du nouveau Musée canadien de l'histoire et de la nouvelle Salle de l'histoire canadienne. • Le site Web sur l'histoire de la fabrication des premiers meubles canadiens : ce module Web dont on prévoit le lancement mettra en vedette des objets de notre collection Harbinson de meubles historiques et de pièces d'art décoratif. • Élaborer et présenter un programme pour le centenaire de la Première Guerre mondiale : les expositions Témoins et Transformations ont été inaugurées à la date prévue.
<p>Nombre d'activités de suivi, entreprises selon les recommandations des rapports de vérification, qui progressent comme prévu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vérification des pratiques de prêt des artefacts : la vérification est terminée et son contenu est mis en œuvre. • 27 actions de suivi inscrites dans les recommandations de vérification progressent tel que prévu.
<p>Nombre de vérifications et d'examens complétés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vérification des expositions temporaires. • Revue annuelle des risques de la Société.

PROGRAMME 4 : LOCAUX

<p>Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le Conseil qui progressent comme prévu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Remplacement des refroidisseurs 233 du MCH et 3 du MCG.
--	---

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement, 2014-2015

INDICATEURS DE RENDEMENT

2014-2015 EXEMPLES DES CIBLES ANNUELLES

PROGRAMME 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ

<p>Nombre d'objectifs de rendement définis dans le Plan d'entreprise qui progressent comme prévu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Finaliser et mettre en œuvre le Cadre de mesure du rendement. • Maintenir l'accent sur les efforts visant à compléter le financement reçu du gouvernement au moyen d'activités novatrices pour générer des recettes. • Augmentation prévue en raison du renouvellement du site Web qui a permis d'accroître la notoriété des activités de collecte de fonds et d'introduire une fonctionnalité de billetterie en ligne. • Réorganiser la collection Mercure, mettre en ligne une partie de son contenu et élaborer une stratégie de marketing qui permettra d'en disséminer les résultats au sein du public. • Mettre en œuvre la stratégie d'édition du Musée canadien de l'histoire en insistant sur les coéditions, les publications internes et les publications électroniques. • Élaborer et présenter un programme pour le centenaire de la Première Guerre mondiale.
<p>Nombre d'activités de suivi, entreprises selon les recommandations des rapports de vérification, qui progressent comme prévu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trois recommandations découlant de l'Examen spécial sont en suspens. De plus, deux vérifications internes sont prévues par année.
<p>Nombre de vérifications et d'examens complétés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • On déterminera s'il y a lieu de procéder à une nouvelle vérification lors de l'examen du profil de risque de la Société et du plan de vérification axé sur le risque.

PROGRAMME 4 : LOCAUX

Nombre de projets d'immobilisations approuvés par le Conseil qui progressent comme prévu.

• Le remplacement de l'escalier extérieur, près de la fontaine (entre le Musée et le pavillon administratif).

ORIENTATION STRATÉGIQUE 4 : FINANCEMENT ET COLLECTE DE FONDS

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

Programme connexe : Gestion de la Société

RÉSULTATS ATTENDUS

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

PRIORITÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

1. Viabilité financière.
2. Rédiger un argumentaire convaincant qui explique comment le soutien financier des Musées contribue à préserver l'histoire et le patrimoine du Canada.

3. Avec la participation du conseil d'administration, établir de nouvelles approches pour accroître le soutien des donateurs dans l'ensemble du pays.
4. Maintenir des relations positives avec les ministères et les agences gouvernementales pour tirer profit des possibilités opportunes et viables.
5. Une campagne de collecte de fonds pour la **Salle de l'histoire canadienne** a été élaborée en 2013-2014 qui détaille les approches spécifiques à la réalisation des objectifs de collecte de fonds; des informations supplémentaires seront fournies dans le présent Sommaire du plan d'entreprise.

CADRE DE MESURE DU RENDEMENT ET RAPPORTS

Rendement récent et objectifs de rendement futur

INDICATEURS DE RENDEMENT		2013-2014 RÉSULTATS	2013-2014 CIBLE ANNUELLE	2014-2015 CIBLE ANNUELLE
15. Valeur des activités de financement (en milliers de dollars)	MCH MCG	1597 \$	3 485 \$	3 005 \$
16. Valeur de toutes les activités génératrices de recettes (en milliers de dollars)	MCH MCG	14 100 \$	14 471 \$	14 049 \$

Faits saillants du rendement - 2013-2014

**INDICATEURS
DE RENDEMENT**

2013-2014 EXEMPLES DE RÉSULTATS

PROGRAMME 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ

Valeur des activités de financement. 1 597 000 \$
Note : N'inclut pas les contributions en nature ni les engagements confirmés.

Valeur des activités génératrices de recettes. 12 141 000 \$

Faits saillants du rendement - Objectifs de rendement futur, 2014-2015

**INDICATEURS
DE RENDEMENT**

2014-2015 FAITS SAILLANTS DES CIBLES ANNUELLES

PROGRAMME 3 : GESTION DE LA SOCIÉTÉ

Valeur des activités de financement. 3 005 000 \$
Note : N'inclut pas les contributions en nature ni les engagements confirmés.

Valeur des activités génératrices de recettes. 14 049 000 \$

2. PRIORITÉS ÉLEVÉES ET PROJETS CLÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION DE 2015 À 2020

Les Musées ont cerné des projets clés ainsi que des priorités pour les prochaines années (période de planification de 2015 à 2020). Ces projets et priorités sont précisés ci-dessous :

PRIORITÉS DE LA PÉRIODE DE PLANIFICATION DE 2015 À 2020

FRÉQUENTATION DES MUSÉES	MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE	MUSÉE CANADIEN DE LA GUERRE
2015-2016	1 100 000	425 000
2016-2017	1 100 000	425 000
2017-2018	1 300 000	425 000
2018-2019	1 200 000	425 000
2019-2020	1 200 000	425 000

ENTRÉES PAYÉES	MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE	CINÉ+	MUSÉE CANADIEN DE LA GUERRE
2015-2016	460 000	150 000	190 000
2016-2017	460 000	150 000	190 000
2017-2018	545 000	150 000	190 000
2018-2019	505 000	150 000	190 000
2019-2020	505 000	150 000	190 000

Les prévisions relatives aux entrées payées sont basées sur l'évaluation que fait la direction de l'environnement d'affaires. L'évaluation de l'environnement d'affaires est fondée sur le rendement passé, l'incidence de la fermeture de la Salle du Canada, la popularité estimée de la série d'expositions prévues, les tendances touristiques ainsi que divers facteurs externes ou liés à la concurrence.

NOMBRE DE MODULES PERMANENTS ET D'EXPOSITIONS TEMPORAIRES OUVERTS

2015-2016**Permanent**

- Salle de l'histoire canadienne.

Temporaires

- **Terry Fox – Courir au cœur du Canada.** Une exposition explorant la création d'une légende canadienne à l'occasion du 30^e anniversaire du Marathon de l'espoir (d'avril à janvier 2015).
- **Les Grecs – d'Agamemnon à Alexandre le Grand:** Cette exposition internationale majeure découle d'un partenariat entre le MCH et le ministère de la Culture de Grèce et est développée conjointement par un consortium de musées nord-américains partenaires. L'exposition présentera plus de 500 des artefacts les plus prestigieux et uniques de musées grecs (de juin à octobre 2015).
- **Vikings:** Cette exposition hautement interactive qui présente plus de 500 artefacts originaux du musée d'histoire de Suède (Historiska Museet) remettra en question les idées reçues concernant les anciens Scandinaves (de décembre 2015 à avril 2016).
- **Thomas et ses amis – Le roi du chemin de fer:** Développée par le Minnesota Children's Museum, l'exposition Thomas et ses amis invite les enfants à se rendre sur l'île de Sodor, où ils pourront monter à bord d'un modèle grandeur nature de Thomas, la locomotive, et l'aider à être « une locomotive très utile » (de janvier à mai 2016).
- **La guerre aérienne:** Cette exposition examinera les Canadiens et leur expérience aérienne de la Première Guerre mondiale. La Première Guerre mondiale a donné lieu à la première utilisation militaire à grande échelle des aéronefs et au développement d'imposantes flottes aériennes par tous les combattants majeurs (de mars 2016 à septembre 2016).
- **Le moment de servir – les Canadiennes et la guerre totale:** Les deux guerres mondiales ont profondément bouleversé la vie des Canadiennes, forcées de s'adapter concrètement aux conditions d'une « guerre totale » en travaillant, en faisant du bénévolat ou en servant dans l'armée. Les femmes ont dû aussi composer avec des difficultés nouvelles dans la foulée d'inévitables tragédies. Leurs contributions à l'effort de guerre canadien ont été cruciales, et les expériences vécues dans ce contexte ont jeté un nouvel éclairage sur les fonctions qu'elles pouvaient assumer, seules et dans la société (de mai 2015 à janvier 2016).

2016-2017**Permanent**

- Salle de l'histoire canadienne.

Temporaires

- **Le 100^e anniversaire de la LNH – L'histoire du hockey au Canada:** Une exposition explorant l'histoire et la création de la LNH (de mars 2017 à septembre 2017).
- **La ruée vers l'or – l'Eldorado de la Colombie-Britannique:** Fruit d'un important partenariat entre le MCH et le Royal British Columbia Museum, cette exposition de 6 000 pi² retracera l'histoire de la ruée vers l'or en Colombie-Britannique et approfondira différents thèmes, comme l'attrait exercé par l'or, les répercussions des ruées provoquées et l'héritage de ces ruées (d'avril 2016 à janvier 2017).
- **Les femmes de bien ne veulent pas voter:** Exposition réalisée par le Musée de la Manitoba en vue de souligner le centenaire du droit de vote des femmes au Manitoba en 2016 (de novembre 2016 à février 2017).
- **Napoléon et Paris:** Cette exposition invite les visiteurs à découvrir les plans conçus par Napoléon Bonaparte pour faire de Paris la capitale de l'Europe entière. Au moyen d'une impressionnante collections de tableaux, de gravures, de meubles et de maquettes provenant de collections réputées de musées français, ainsi que d'objets personnels de Napoléon, les visiteurs constateront l'influence de cet empereur sur la Ville Lumière, en plus de découvrir l'homme (de juin 2016 à janvier 2017).
- **Grandes Guerres. Grandes Femmes:** Cette exposition montrera que les femmes canadiennes ont été aussi impliquées que les hommes canadiens dans les guerres et les conflits du XX^e et du début du XXI^e siècle, mais souvent de manières fort différentes. L'exposition montrera ce qu'ont fait les femmes en temps de guerre et de conflit tant au pays qu'à l'étranger, les raisons pour lesquelles elles ont fait ces choses, et ce que cela signifiait pour elles, pour leur entourage et pour la société canadienne en général (de novembre 2016 à février 2017).

2017-2018**Permanent**

- Ouverture de la Salle de l'histoire canadienne.

Temporaires

- **Canada – Jour 1:** Cette exposition itinérante du Musée canadien de l'immigration du Quai 21 explore les premiers jours au Canada des immigrants de la Confédération à nos jours (de mai à octobre 2017).
- **Sir John Franklin et la recherche du passage du Nord-Ouest:** Grande exposition historique, produite à l'interne, qui sonde la grande odyssée menée pour trouver le passage du Nord-Ouest et attire plus particulièrement l'attention sur la disparition de l'expédition 1845 de Franklin (d'octobre 2017 à avril 2018).
- **DreamWorks:** Cette exposition interactive plongera les visiteurs dans l'univers artistique, technologique et narratif qui abrite des classiques adorés de l'animation, tels Shrek, Madagascar, Kung Fu Panda et Dragons (de décembre 2017 à avril 2018).
- **La bataille de Ridgeway – Exposition de tableaux sur les raids des Fenians:** Exposition présentant une collection de peintures représentant les raids des Fenians du Fort Erie Museum (2017-2018).
- **La crête de Vimy et la Première Guerre mondiale:** Cette exposition mettra l'accent sur la bataille de la crête de Vimy, ses conséquences et sa commémoration, pour explorer les conséquences et l'influence de la guerre sur ses combattants. Les visiteurs seront introduits à la nature mondiale de la guerre et à ses principaux fronts de combat (d'avril 2017 à janvier 2018).

NOMBRE DE MODULES PERMANENTS ET D'EXPOSITIONS TEMPORAIRES OUVERTS

2018-2019**Permanent**

- Aucune ouverture de module permanent n'est prévue.

Temporaires

- **L'Europe médiévale – Pouvoir et héritage** : Dans cette exposition présentant des trésors du British Museum, les visiteurs rencontreront des rois, des chevaliers, des pèlerins et des paysans, tout en explorant l'univers du Moyen Âge, de la splendeur de la cour royale à la vie quotidienne dans l'Europe médiévale (de juin à octobre 2018).
- **Salle G de l'exposition spéciale** : Le MCH présentera deux ou trois expositions des partenaires du Réseau du MCH (2018-2019).
- **Exposition internationale** (2018-2019).
- **Exposition Musée des enfants** (de juin 2018 à novembre 2018).
- **Les cent derniers jours** : Cette exposition explorera l'importante contribution du Canada aux 100 derniers jours de la Première Guerre mondiale. Elle s'intéressera aussi à l'évolution du sens de la guerre pendant les 100 ans qui ont suivi sa conclusion en présentant 100 artefacts représentatifs (d'avril 2018 à novembre 2018).

2019-2020**Permanent**

- **Les Croix de Victoria** : Exposition permanente d'une série de Croix de Victoria que possède le Musée canadien de la guerre – la plus haute distinction pour bravoure militaire. On prévoit l'inclure au salon d'honneur de la Légion royale canadienne (de janvier à avril 2019).

Temporaires

- **Exposition internationale** (de mai 2019 à octobre 2019).
- **Salle G de l'exposition spéciale** : Le MCH présentera deux ou trois expositions des partenaires du Réseau du MCH (d'avril 2019 à mars 2020).
- **Exposition Musée des enfants** (de juin 2019 à novembre 2019).
- **Exposition temporaire**, produite à l'interne, du Musée canadien de l'histoire (d'avril 2019 à janvier 2020).
- **Portraits de la Seconde Guerre mondiale – Des gens ordinaires à des époques extraordinaires** : Une installation dans notre présentoir rotatif, sur le mur des portraits à l'extérieur du théâtre Barney-Danson. Cette exposition attirera l'attention des visiteurs sur des portraits de militaires canadiens et des images du front intérieur de la Collection Beaverbrook d'art militaire (de février 2019 à décembre 2020).
- **La bataille de l'Europe, 1944-1945** : Cette importante exposition estivale produite par le Musée canadien de la guerre, dont la présentation coïncidera avec le 75^e anniversaire de l'invasion de la Normandie et de la libération de l'Europe du Nord-Ouest, suivra le parcours des unités alliées, plus particulièrement les canadiennes, lors des batailles sanglantes de la Normandie, de l'Europe du Nord-Ouest et des Pays-Bas (de juin 2019 à mai 2020).

NOMBRE D'ARTEFACTS PRÊTÉS

2015-2016

- Colline du Parlement, édifice de l'Est, pièces historiques – Bureau de sir John A. Macdonald. Prolongé jusqu'en 2017.
- Prêts d'artefacts aux membres du Réseau des musées d'histoire ainsi qu'à d'autres institutions, entre autres un prêt d'œuvres d'art sur la Première Guerre mondiale et le Groupe des Sept à la galerie d'art Tom Thomson.

2016-2017

- Colline du Parlement, édifice de l'Est, pièces historiques – Bureau de sir John A. Macdonald. Prolongé jusqu'en 2017.
- Prêts d'artefacts aux membres du Réseau des musées d'histoire ainsi qu'à d'autres institutions, entre autres un prêt d'œuvres d'art sur la Première Guerre mondiale à une exposition itinérante d'envergure internationale, *Paysages mystiques*, du Musée des beaux-arts de l'Ontario.

2017-2019

- Prêts aux partenaires et affiliés du Réseau du Musée canadien de l'histoire.
- Prêts de matériel de la Première Guerre mondiale en partenariat avec des musées militaires du Canada.

2019-2020

- Prêts aux partenaires et affiliés du Réseau du Musée canadien de l'histoire.
- Prêts d'artefacts axés sur la Seconde Guerre mondiale à des musées provinciaux, régionaux et militaires partout au Canada.

PROJETS DE RECHERCHE CLÉS

2015-2016

- Publication sur les collections ethnographiques du MCH traitant de la côte Nord-Ouest.
- Le bouddhisme au Canada : publication.
- Projet de recherche sur la frontière canado-américaine.
- **La ruée vers l'or** : Nous collaborons étroitement avec le Royal British Columbia Museum à la réalisation de cette exposition.
- Recherche et création de prototypes sur le patrimoine de collectivités canadiennes.

2015-2017

- **Bien plus qu'un simple jeu – la LNH et le Canada** : Projet de recherche en vue de la création d'une exposition temporaire.
- **Expo 67** : Recherche sur une nouvelle exposition consacrée à l'Expo 67 de Montréal.
- **Expédition Franklin** : Recherche et projet d'exposition.
- Étude et amélioration de la **Salle des Premiers Peuples**.
- La recherche liée à la Confédération sera ajoutée à titre de projet de recherche majeur pour la période 2012-2017.

2015-2018

- Musique et collection culturelle Feldman.
- **Ce que cache votre courrier – amours, nouvelles et imprévus** : Recherche en vue d'une nouvelle exposition.
- La recherche liée à la planification du centenaire de la Première Guerre mondiale sera ajoutée à titre de projet de recherche majeur pour la période 2012-2018.

2015-2019

- Sechelt : projet archéologique.
- COASTAL (*Community Observation, Assessment, and Salvage of Threatened Archaeological Legacy*) : Participation à un projet visant l'observation communautaire, l'évaluation et la sauvegarde d'un héritage archéologique menacé.

2016-2017

- Projet de rapatriement du Nunavut : Élément de recherche et de conservation (projet débuté en 2011 qui devrait être terminé en 2017).
- La recherche liée à la planification du centenaire de la Première Guerre mondiale sera ajoutée à titre de projet de recherche majeur pour la période 2012-2018.
- La recherche liée à la Confédération sera ajoutée à titre de projet de recherche majeur pour la période 2012-2017.

2017-2018

- **La crête de Vimy et la Guerre mondiale** : Les conséquences de la Première Guerre mondiale sur les nations et les empires.

2018-2019

- **Exposition internationale (d'avril 2018 à octobre 2018)** : Le Musée canadien de l'histoire présentera une exposition internationale majeure à l'été 2018.
- **Les technologies anciennes (de mai 2018 à janvier 2019)** : fournir la recherche pour cette nouvelle exposition.
- Les projets de recherche incluent la préparation des expositions **Les femmes et la guerre** et **Les cent derniers jours**.
- La recherche sera terminée à 90% pour l'exposition **Les batailles pour l'Europe**.

2019-2020

- Exposition temporaire, produite à l'interne, du Musée canadien de l'histoire (d'avril 2019 à janvier 2020).
- **Exposition internationale (de mai 2019 à octobre 2019)** : Le Musée canadien de l'histoire présentera une exposition internationale majeure à l'été 2019.
- Parmi les projets de recherche figure un appui à l'exposition Arts dangereux, en partenariat avec les Royal Armouries, ainsi qu'une exposition sur la guerre presse-bouton (inauguration en 2021).
- L'équipe de recherche appuiera également l'actualisation de l'expérience offerte à la galerie 5, le salon d'honneur de la Légion royale canadienne.
- L'équipe de recherche contribue à une publication sur un projet d'histoire orale du MCG, qui en sera aussi aux dernières étapes.
- L'équipe de recherche appuie des projets commémoratifs de la Seconde Guerre mondiale, comme Ligne d'approvisionnement – lancement en septembre 2019.

EXPOSITIONS ITINÉRANTES

2015-2019

- **Les enfants font la fête!** : Une exposition centrée sur l'importance et la diversité des activités saisonnières. Red Deer Museum & Art Gallery, Red Deer, Alberta (du 9 mai 2015 au 2 août 2015).
- **Les enfants font la fête!, Expédition Arctique, Coup de patin!, Neige, Vodou, 1867, L'Art haïda, Des lieux à respecter, Les Tunits** : en attente de contrat.
- **1812** : Une exposition sur la guerre de 1812, Ministry of Forests, Lands & Natural Resources Operations, Victoria, Colombie-Britannique (du 1^{er} juillet 2015 au 30 août 2015).

MÉDIAS/REPORTAGES

2015-2019

- Mettre en relief et faire mieux connaître les expositions spéciales et permanentes, les programmes et les activités du MCH et du MCG, aux échelles nationale et internationale.
- Promouvoir les activités du MCH et du MCG qui tissent des liens entre les Canadiens et leur histoire.
- Positionner les Musées comme les principaux musées d'histoire humaine et militaire du Canada, et partager nos collections avec les Canadiens, là où ils vivent, au moyen de nouvelles acquisitions et d'accords de prêt.
- Mettre en relief et faire mieux connaître les Musées comme carrefours d'échange d'information et de connaissances sur l'histoire humaine et militaire.
- Promouvoir le MCH et la Salle de l'histoire canadienne, et sensibiliser davantage à leur importance.

VALEUR DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

(Note: N'inclut pas les contributions en nature ni les engagements confirmés.)

2015-2016

• 3 330 000 \$

2016-2017

• 4 020 000 \$

2017-2018

• 4 500 000 \$

2018-2019

• 5 250 000 \$

2019-2020

• 6 100 000 \$

VALEUR DES ACTIVITÉS GÉNÉRATRICES DE RECETTES

2015-2016

• 13 425 000 \$

2016-2017

• 13 570 000 \$

2017-2018

• 14 610 000 \$

2018-2019

• 14 190 000 \$

2019-2020

• 14 100 000 \$

5

ÉTATS FINANCIERS 2015-2016 À 2019-2020

État pro forma de la situation des fonds - Au 31 mars

(en milliers de dollars)	2013-14 RÉEL	2014-15 PRÉVISION	2015-16 PROJECTION	2016-17 PROJECTION	2017-18 PROJECTION	2018-19 PROJECTION	2019-20 PROJECTION
ACTIF							
Actif à court terme							
Trésorerie	2 627	1 208	1 853	1 953	2 053	2 153	2 253
Placements	4 435	3 500	2 900	4 000	2 000	8 000	0
Créances	4 013	2 800	2 800	2 800	2 800	2 800	2 800
Stocks	981	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Charges payées d'avances	438	845	300	300	300	300	300
	12 494	9 353	8 853	10 053	8 153	14 253	6 353
Autres actifs							
Encaisse et placements affectés - autres	2 592	2 925	3 760	4 740	3 245	4 688	7 738
Encaisse et placements affectés - Fonds de la collection nationale	10 417	10 472	9 472	7 672	5 872	4 072	3 772
Placements	38 720	41 474	42 074	40 974	42 974	36 974	44 974
Collection	1	1	1	1	1	1	1
Immobilisations	252 770	245 526	249 308	245 407	233 742	219 078	204 992
	304 500	300 398	304 615	298 794	285 834	264 813	261 477
	316 994	309 751	313 468	308 847	293 987	279 066	267 830
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES							
Passif à court terme							
Créditeurs et charges à payer	15 039	15 000	14 500	14 000	13 500	13 000	12 500
Apports reportés et produit reporté	4 903	5 907	6 742	7 722	6 227	7 670	10 720
Tranche à court terme des avantages sociaux futurs	240	250	250	250	250	250	250
	20 182	21 157	21 492	21 972	19 977	20 920	23 470
Autres passifs							
Avantages sociaux futurs	5 329	5 500	6 100	6 700	7 300	7 900	8 500
Crédit parlementaire reporté - Fonds de la collection nationale	10 417	10 472	9 472	7 672	5 872	4 072	3 772
Apports reportés liés aux immobilisations	217 841	210 597	214 379	210 478	198 813	184 149	170 063
	233 587	226 569	229 951	224 850	211 985	196 121	182 335
Actif net							
Non affecté	19 490	18 290	18 290	18 290	18 290	18 290	18 290
Investissement en actif immobilisé	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868	40 868
Gains de réévaluation cumulés	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867
	63 225	62 025	62 025	62 025	62 025	62 025	62 025
	316 994	309 751	313 468	308 847	293 987	279 066	267 830

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

État pro forma des opérations – Pour les exercices clôturant le 31 mars 2014 à 2020

(en milliers de dollars)	2013-14 RÉEL	2014-15 PRÉVISION	2015-16 PROJECTION	2016-17 PROJECTION	2017-18 PROJECTION	2018-19 PROJECTION	2019-20 PROJECTION
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL							
Crédit parlementaire – MCH	61 351	57 930	58 103	57 933	57 933	57 933	57 933
Plus: Projet d'histoire	1 500	5 500	17 000	0	0	0	0
Plus: Financement du MVC	0	3 700	6 166	6 166	6 166	6 166	6 166
Plus: Financement des ORL	0	1 163	2 100	2 100	2 100	2 100	2 100
Prévision du financement à recevoir: Conventions collectives	0	0	0	657	1 328	2 012	2 696
Montant reporté pour des projets particuliers	(3 503)	(5 084)	(1 882)	0	0	0	0
Montant reporté pour le Fonds de la collection nationale	(1 000)	0	0	0	0	0	0
Crédits parlementaires reportés utilisés durant l'année	3 483	1 277	1 000	7 251	599	0	0
Montant utilisé pour l'acquisition d'immobilisations corporelles	(5 943)	(7 254)	(18 618)	(11 016)	(4 385)	(2 500)	(2 500)
Amortissement du financement reporté pour les immobilisations	14 509	14 498	14 836	14 917	16 050	17 164	16 586
	70 397	71 730	78 705	78 008	79 791	82 875	82 981
REVENUS DE LA SOCIÉTÉ							
Droits d'entrée et programmes	4 849	4 891	4 800	4 800	5 415	5 125	5 125
Location d'installations, événements et concessions	2 649	2 321	2 300	2 300	2 360	2 300	2 300
Ventes – Boutiques	1 801	1 852	1 830	1 830	2 075	1 960	1 960
Stationnement	1 684	1 670	1 680	1 680	1 890	1 790	1 790
CINÉ+	1 158	1 197	1 100	1 100	1 200	1 100	1 100
Intérêt sur liquidités et placements	1 342	1 400	1 300	1 300	1 300	1 300	1 300
Expositions itinérantes	234	453	350	350	350	350	350
Adhésions	258	270	260	260	275	275	275
Gain (perte) sur les placements	(146)	(131)	(226)	(82)	(178)	(61)	(152)
Publications	38	76	50	50	50	50	50
Autres	235	209	115	115	115	115	115
Sous-total	14 102	14 208	13 559	13 703	14 852	14 304	14 213
Dons – Fonds de la collection nationale	0	1 200	2 000	2 000	2 000	500	500
Dons – Projet d'histoire	0	178	400	3 565	857	0	0
Autres dons et commandites	2 680	1 292	1 250	1 250	1 500	1 500	1 500
	16 782	16 878	17 209	20 518	19 209	16 304	16 213
DÉPENSES							
Collection et recherche	13 203	12 166	13 183	13 391	13 308	12 163	12 307
Exposition, éducation et communication	16 593	19 742	24 786	25 848	25 175	24 731	24 821
Locaux	38 900	40 161	39 809	40 638	42 471	44 096	43 808
Gestion de la Société	18 412	17 739	18 136	18 649	18 046	18 189	18 258
	87 108	89 808	95 914	98 526	99 000	99 179	99 194
Résultat net excédentaire	71	(1 200)	0	0	0	0	0

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

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

(en milliers de dollars)	2013-14 RÉEL	2014-15 PRÉVISION	2015-16 PROJECTION	2016-17 PROJECTION	2017-18 PROJECTION	2018-19 PROJECTION	2019-20 PROJECTION
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT							
Encaissements (clients)	17 554	15 156	13 320	13 465	12 235	14 508	16 115
Encaissements (crédit parlementaire)	58 937	60 293	63 869	64 356	65 027	65 711	66 395
Décaissements (personnel)	(36 363)	(34 252)	(34 768)	(35 627)	(36 502)	(36 396)	(37 274)
Décaissements (fournisseurs)	(42 841)	(45 613)	(47 608)	(41 693)	(44 432)	(47 023)	(48 436)
Apports affectés et revenus de placement connexes	1 369	2 505	2 830	3 520	4 000	4 750	5 600
Intérêts reçus	1 325	1 400	1 300	1 300	1 300	1 300	1 300
Flux de trésorerie net provenant des activités de fonctionnement	(19)	(511)	(1 057)	5 321	1 628	2 850	3 700
ACTIVITÉS DE PLACEMENT							
Remboursement du capital des placements	55	0	0	0	0	0	0
Augmentation de l'encaisse et placements affectés	(10 034)	(9 114)	(4 324)	(3 199)	(4 206)	(4 449)	(11 076)
Diminution de l'encaisse et placements affectés	3 076	6 363	5 335	4 640	4 709	2 458	8 972
Flux de trésorerie net provenant des activités de placement	(6 903)	(2 751)	1 011	1 441	503	(1 991)	(2 104)
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS							
Acquisition d'immobilisations	(6 902)	(7 254)	(18 618)	(11 016)	(4 385)	(2 500)	(2 500)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT							
Crédit parlementaire pour l'acquisition d'immobilisations	3 420	8 000	19 500	2 500	2 500	2 500	2 500
Augmentation (diminution) de la trésorerie et encaisse affectée	(10 404)	(2 516)	836	(1 754)	246	859	1 596
Trésorerie et encaisse affectée, début de l'exercice :							
Trésorerie	12 396	2 627	1 208	1 853	1 953	2 053	2 153
Encaisse affectée	4 596	3 961	2 864	3 055	1 201	1 347	2 106
	16 992	6 588	4 072	4 908	3 154	3 400	4 259
Trésorerie et encaisse affectée, à la fin de l'exercice :							
Trésorerie	2 627	1 208	1 853	1 953	2 053	2 153	2 253
Encaisse affectée	3 961	2 864	3 055	1 201	1 347	2 106	3 602
	6 588	4 072	4 908	3 154	3 400	4 259	5 855

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

État pro forma de l'évolution de l'actif net - Au 31 mars

(en milliers de dollars)	2013-14 RÉEL	2014-15 PRÉVISION	2015-16 PROJECTION	2016-17 PROJECTION	2017-18 PROJECTION	2018-19 PROJECTION	2019-20 PROJECTION
NON AFFECTÉ							
Actif net, début de l'exercice	19 419	19 490	18 290	18 290	18 290	18 290	18 290
Résultat net excédentaire	71	(1 200)	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
	19 490	18 290	18 290	18 290	18 290	18 290	18 290
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	2 666	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867
Résultat net excédentaire	0	0	0	0	0	0	0
Gains de réévaluation	201	0	0	0	0	0	0
Variation nette d'investissement en actif immobilisé	0	0	0	0	0	0	0
	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867	2 867

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

*Sommaire des budgets de fonctionnement et d'immobilisations -
Pour les exercices clôturant le 31 mars 2016 à 2020*

(en milliers de dollars)	2015-16 BUDGET	2016-17 BUDGET	2017-18 BUDGET	2018-19 BUDGET	2019-20 BUDGET
Collection et recherche	13 183	13 391	13 308	12 163	12 307
Exposition, éducation et communication	24 786	25 848	25 175	24 731	24 821
Locaux	43 591	36 737	30 806	29 432	29 722
Gestion de la Société	18 136	18 649	18 046	18 189	18 258
Total partiel	99 696	94 625	87 335	84 515	85 108
Moins les revenus	17 209	20 518	19 209	16 304	16 213
Budget total requis	82 487	74 107	68 126	68 211	68 895

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

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

(en milliers de dollars)	2015-16 BUDGET	2016-17 BUDGET	2017-18 BUDGET	2018-19 BUDGET	2019-20 BUDGET
Fonctionnement	81 078	83 609	82 950	82 015	82 608
Immobilisations	18 618	11 016	4 385	2 500	2 500
Total partiel	99 696	94 625	87 335	84 515	85 108
Moins les revenus	17 209	20 518	19 209	16 304	16 213
Budget total requis	82 487	74 107	68 126	68 211	68 895

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 -
Pour les exercices clôturant le 31 mars de 2015 à 2020*

(en milliers de dollars)	2015-16 BUDGET	2016-17 BUDGET	2017-18 BUDGET	2018-19 BUDGET	2019-20 BUDGET
COLLECTION ET RECHERCHE					
Collections					
Musée canadien de l'histoire	3 247	3 292	2 815	2 028	2 065
Musée canadien de la guerre	1 410	1 435	1 433	1 124	1 137
	4 657	4 727	4 248	3 152	3 202
Recherche					
Musée canadien de l'histoire	4 144	4 123	4 365	4 326	4 354
Musée canadien de la guerre	1 053	1 128	1 241	1 218	1 214
	5 197	5 251	5 606	5 544	5 568
Bibliothèque et archives					
Musée canadien de l'histoire	2 444	2 504	2 547	2 554	2 610
Musée canadien de la guerre	885	909	907	913	927
	3 329	3 413	3 454	3 467	3 537
	13 183	13 391	13 308	12 163	12 307
EXPOSITION, ÉDUCATION ET COMMUNICATION					
Expositions					
Musée canadien de l'histoire	12 185	12 757	12 574	12 228	12 259
Musée canadien de la guerre	1 942	2 204	2 080	1 880	1 866
	14 127	14 961	14 654	14 108	14 125
Programmes					
Musée canadien de l'histoire	4 614	4 680	4 682	4 728	4 770
Musée canadien de la guerre	646	664	643	649	651
	5 260	5 344	5 325	5 377	5 421
Publications					
Musée canadien de l'histoire	241	247	231	232	229
Musée canadien de la guerre	57	58	55	55	56
	298	305	286	287	285
Communications					
Musée canadien de l'histoire	3 770	3 871	3 641	3 679	3 703
Musée canadien de la guerre	1 331	1 367	1 269	1 280	1 287
	5 101	5 238	4 910	4 959	4 990
	24 786	25 848	25 175	24 731	24 821

*Budget de fonctionnement et d'immobilisations au niveau de la sous-sous activité de programme -
Pour les exercices clôturant le 31 mars de 2015 à 2020
(suite)*

(en milliers de dollars)	2015-16 BUDGET	2016-17 BUDGET	2017-18 BUDGET	2018-19 BUDGET	2019-20 BUDGET
GESTION DE LA SOCIÉTÉ					
Activités génératrices de recettes					
Musée canadien de l'histoire	6 823	7 024	6 698	6 726	6 716
Musée canadien de la guerre	969	995	940	943	938
	7 792	8 019	7 638	7 669	7 654
Services à la société					
Musée canadien de l'histoire	6 229	6 406	6 255	6 317	6 361
Musée canadien de la guerre	1 947	1 998	1 965	1 990	2 009
	8 176	8 404	8 220	8 307	8 370
Gouvernance					
Musée canadien de l'histoire	1 624	1 667	1 638	1 655	1 672
Musée canadien de la guerre	544	559	550	558	562
	2 168	2 226	2 188	2 213	2 234
	18 136	18 649	18 046	18 189	18 258
LOCAUX					
Gestion immobilière					
Musée canadien de l'histoire	19 592	20 175	20 700	21 038	21 302
Musée canadien de la guerre	5 381	5 546	5 721	5 894	5 920
	24 973	25 721	26 421	26 932	27 222
Projets immobiliers					
Musée canadien de l'histoire	18 118	10 516	3 885	2 000	2 000
Musée canadien de la guerre	500	500	500	500	500
	18 618	11 016	4 385	2 500	2 500
	43 591	36 737	30 806	29 432	29 722
Total Musée canadien de l'histoire	83 031	77 262	70 031	67 511	68 041
Total Musée canadien de la guerre	16 665	17 363	17 304	17 004	17 067
Grand Total	99 696	94 625	87 335	84 515	85 108

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

Total des revenus des activités sur place - Pour les exercices clôturant le 31 mars de 2014 à 2020

(milliers de dollars)	2013-14 RÉEL	2014-15 PRÉVISION	2015-16 BUDGET	2016-17 BUDGET	2017-18 BUDGET	2018-19 BUDGET	2019-20 BUDGET
MCH							
Droits d'entrée et programmes	3 349 \$	3 355 \$	3 455 \$	3 455 \$	4 070 \$	3 780 \$	3 780 \$
Ventes - Boutiques	1 273 \$	1 336 \$	1 335 \$	1 335 \$	1 580 \$	1 465 \$	1 465 \$
Location d'installations, événements et concessions	1 570 \$	1 700 \$	1 710 \$	1 710 \$	1 790 \$	1 730 \$	1 730 \$
Stationnement	1 248 \$	1 245 \$	1 210 \$	1 210 \$	1 420 \$	1 320 \$	1 320 \$
CINÉ+	1 583 \$	1 197 \$	1 100 \$	1 100 \$	1 200 \$	1 100 \$	1 100 \$
Adhésions	250 \$	270 \$	260 \$	260 \$	275 \$	275 \$	275 \$
Revenus sur place MCH	9 273 \$	9 103 \$	9 070 \$	9 070 \$	10 335 \$	9 670 \$	9 670 \$
Fréquentation MCH	1 191	1 200	1 100	1 100	1 300	1 200	1 200
MCG							
Droits d'entrée et programmes	1 474 \$	1 536 \$	1 345 \$	1 345 \$	1 345 \$	1 345 \$	1 345 \$
Ventes - Boutiques	561 \$	516 \$	495 \$	495 \$	495 \$	495 \$	495 \$
Location d'installations, événements et concessions	721 \$	621 \$	590 \$	590 \$	570 \$	570 \$	570 \$
Stationnement	451 \$	425 \$	470 \$	470 \$	470 \$	470 \$	470 \$
Revenus sur place MCG	3 207 \$	3 098 \$	2 900 \$	2 900 \$	2 880 \$	2 880 \$	2 880 \$
Fréquentation MCG	451	425	425	425	425	425	425

