

SOCIÉTÉ DU MUSÉE DES SCIENCES ET DE LA TECHNOLOGIE DU CANADA



RÉSUMÉ DU PLAN D'ENTREPRISE
2006-2007 à 2010-2011

RÉSUMÉ DU BUDGET
DE FONCTIONNEMENT
2006-2007

RÉSUMÉ DU BUDGET
DES IMMOBILISATIONS
2006-2007



**Société du Musée des sciences
et de la technologie du Canada**

*Musée de l'agriculture du Canada
Musée de l'aviation du Canada
Musée des sciences et de la technologie du Canada*

Canada

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	1
PROFIL DE LA SOCIÉTÉ	
Mandat	5
Mission	5
Programmes et services	5
Structure et liens avec le gouvernement	6
Activités de soutien	7
ORIENTATION ET CADRE STRATÉGIQUE	11
Analyse de l'environnement	11
Cadre stratégique	16
Éléments du cadre stratégique	16
Piliers du succès	17
Leader reconnu à l'échelle nationale	17
Motivant les Canadiens et Canadiennes	20
Collections exceptionnelles	23
Programmes novateurs	28
Collaborations multiples	32
Professionnalisme	34
RÉSUMÉ FINANCIER 2006-2007 à 2010-2011	39
RÉSUMÉ DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT 2006-2007	44
RÉSUMÉ DU BUDGET DES IMMOBILISATIONS 2006-2007	46

SOMMAIRE

La Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada (SMSTC) – anciennement connue sous le nom de Musée national des sciences et de la technologie – a été constituée en société d'État autonome le 1^{er} juillet 1990. À titre d'institution nationale et en tant que composante du portefeuille du Patrimoine canadien, la Société est chargée de la conservation et de la protection du patrimoine technologique et scientifique du Canada, ainsi que de la diffusion des connaissances qui s'y rattachent.

La Société et ses trois musées – le Musée de l'agriculture du Canada, le Musée de l'aviation du Canada et le Musée des sciences et de la technologie du Canada – accueillent au total plus de deux millions de visiteurs par année dans leurs installations et sur leurs sites Web. Au moyen de leurs recherches, leurs expositions, leurs programmes, leurs sites Web et leurs publications, les musées de la Société racontent l'histoire de l'ingéniosité des Canadiennes et des Canadiens et de leurs réalisations en sciences et en technologie, et démontrent de quelle manière ces réalisations ont contribué à bâtir notre pays.

Le gouvernement du Canada continue de mettre l'accent sur l'importance de renforcer le lien entre les citoyens et de créer un environnement qui permette une meilleure compréhension du contexte canadien. Grâce à l'engagement du gouvernement et à son appui au rôle que jouent les institutions patrimoniales et culturelles, la Société prévoit que la prochaine période de planification sera fertile en possibilités de faire connaître le vaste éventail du patrimoine scientifique et technologique, et l'avenir qu'il annonce, aux Canadiens quel que soit l'endroit où ils habitent.

Depuis quelques années, la SMSTC est confrontée à des enjeux de taille concernant ses installations et le financement requis pour répondre à ses besoins. La grande priorité de la Société, relativement aux installations, est la construction d'un nouveau bâtiment pour le Musée des sciences et de la technologie du Canada. À la demande du gouvernement du Canada, la Société a évalué les besoins et les coûts relatifs à un nouveau musée des sciences et de la technologie en mesure d'abriter et d'exposer adéquatement les réalisations scientifiques et technologiques canadiennes. Les résultats détaillés de ces études font clairement état du besoin immédiat, pour le Canada, de se doter d'un nouvel établissement qui mettrait en valeur le rôle primordial qu'il a joué au fil du temps dans les domaines des sciences et de l'innovation. Ces études indiquent qu'il y aurait lieu de construire un bâtiment d'envergure dans la région de la capitale nationale, sur l'un des trois sites envisagés. La Société verra maintenant à obtenir l'approbation de principe pour ce projet, un accord par rapport au site, ainsi que les fonds nécessaires pour amorcer l'établissement de l'infrastructure et d'un programme fonctionnel, et procéder à la sélection d'un architecte.

La nouvelle aire d'entreposage du Musée de l'aviation du Canada, qui abrite maintenant les pièces de la collection de façon adéquate, a permis de libérer dans l'édifice public l'espace nécessaire pour améliorer les expositions et les activités d'interprétation. Cette nouvelle section du Musée a ouvert ses portes en février 2005 et des travaux visant à optimiser l'utilisation des locaux, nouveaux et anciens, se poursuivront durant la période visée. Par ailleurs, la Société poursuivra ses efforts afin d'obtenir les fonds nécessaires pour la réalisation des étapes ultérieures du développement du Musée qui comportent la construction d'un atelier de conservation, d'un passage piétonnier reliant la nouvelle installation et les anciens locaux du Musée, et d'une nouvelle aire d'accueil dotée d'un auditorium et d'une boutique.

La Société a également établi la nécessité de régler certains problèmes relatifs aux installations du Musée de l'agriculture du Canada. Le Musée n'est pas en mesure d'accroître le nombre de ses programmes conformément à la demande, vu le nombre trop restreint de salles dont il dispose et l'absence d'un coin-repas pour les étudiants.

Sur le plan financier, la Société entend redresser sa situation financière globale afin de pouvoir saisir de nouvelles occasions tout en continuant de mener à bien les activités qui font partie de son mandat. Elle poursuivra les efforts entrepris en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien et des organismes centraux pour accroître ses fonds d'exploitation et amoindrir les pressions financières particulières qu'elle subit compte tenu de son statut de société d'État. Elle visera principalement au cours de la prochaine année financière à obtenir les fonds requis, sur une base permanente, pour l'exploitation du nouvel hangar d'entreposage au Musée de l'aviation du Canada. La Société poursuivra aussi ses efforts pour accroître son efficacité et trouver des façons de s'acquitter de ses responsabilités et d'atteindre ses objectifs avec plus d'efficacité. La Société s'efforcera d'augmenter ses revenus en ayant principalement recours à des partenariats de collaboration, des commandites et des collectes de fonds pour le développement de nouvelles initiatives.

La Société amorce la deuxième année de la mise en œuvre de son nouveau cadre stratégique (voir le tableau 1). Ce cadre a été établi dans le contexte de l'architecture d'activités de programme du gouvernement (voir le tableau 2) ; les liens pertinents sont mentionnés dans le plan d'entreprise. Le cadre stratégique repose sur une vision de l'avenir et procure de véritables assises pour la prise de décision. Le cadre stratégique allie les avantages de l'approche de tableaux de bord avec la force d'une vision comme fondement de la prise de décision. Cette méthode facilite l'expression des résultats et la définition des améliorations nécessaires. Le cadre stratégique comprend les quatre éléments suivants :

- Énoncé de vision – brève déclaration publique sur ce que nous désirons avoir réalisé au sein de la SMSTC d'ici cinq ans
- Piliers du succès – principaux domaines d'action ; facteurs déterminants de l'ensemble de nos réussites
- Objectifs pluriannuels – résultats mesurables assortis de délais d'exécution
- Mesures – résultats suivis à court terme en vue d'établir les progrès relatifs

Notre vision est :

La Société sera reconnue à l'échelle nationale comme un leader motivant les Canadiens et Canadiennes à explorer leur riche patrimoine scientifique et technique grâce à ses collections exceptionnelles, ses programmes novateurs, ses collaborations multiples et son professionnalisme.

L'énoncé de vision a été conçu comme fondement de la prise de décision pour la période se terminant en 2009-2010. L'énoncé de vision comprend six piliers du succès. Des liens ont été établis, pour chaque pilier du succès, avec l'architecture d'activités de programme de la Société comme suit :

- Leader reconnu à l'échelle nationale (1.1 Préservation du patrimoine, 2.1 Partage des connaissances)
- Motivant les Canadiens et Canadiennes (2.1 Partage des connaissances)
- Collections exceptionnelles (1.1 Préservation du patrimoine)
- Programmes novateurs (2.1 Partage des connaissances)
- Collaborations multiples (2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien)
- Professionnalisme (2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien)

TABLEAU 1
Cadre stratégique

Vision 2009

La Société sera reconnue à l'échelle nationale comme un leader motivant les Canadiens et Canadiennes à explorer leur riche patrimoine scientifique et technique grâce à ses collections exceptionnelles, ses programmes novateurs, ses collaborations multiples et son professionnalisme.

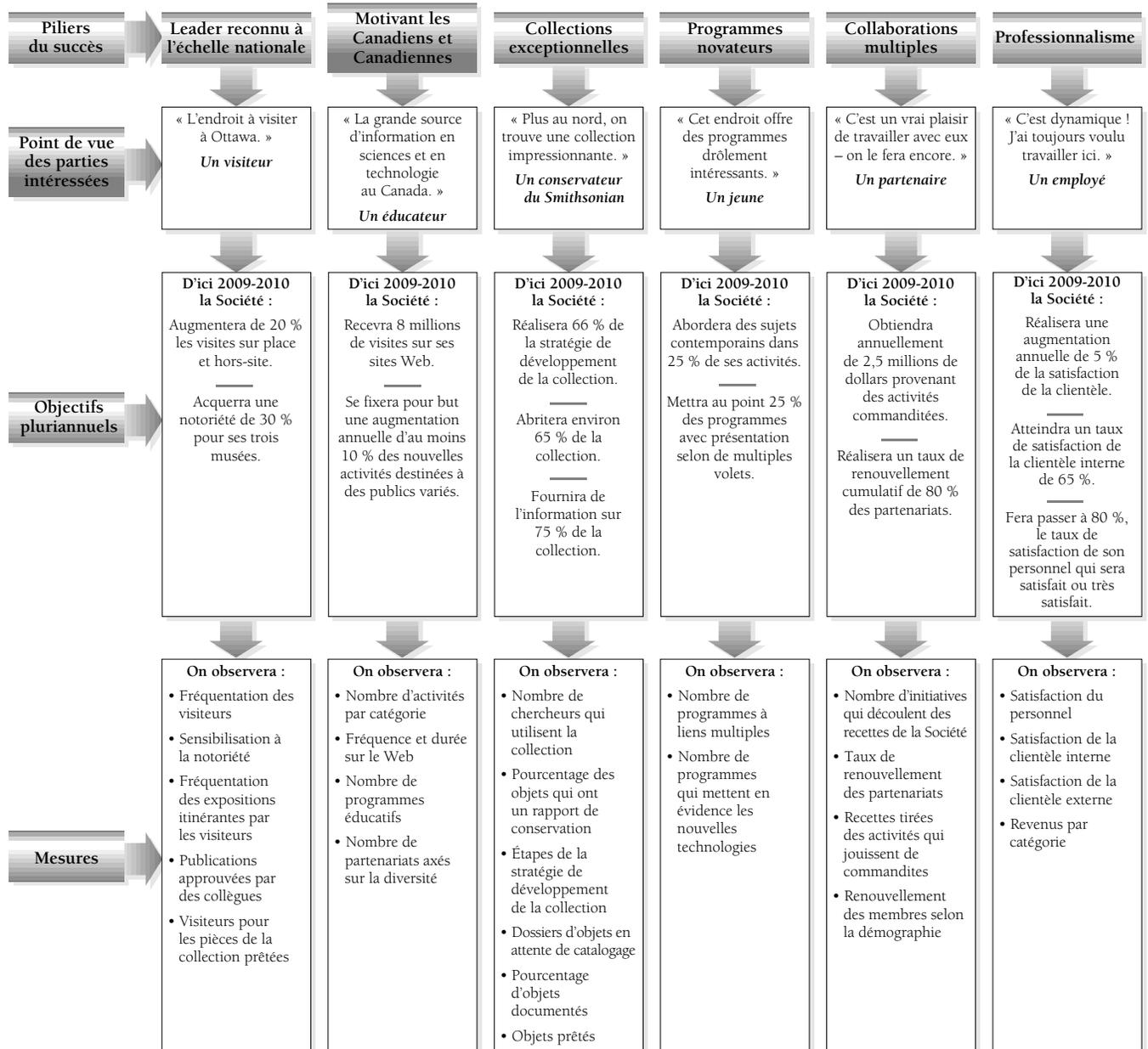


TABLEAU 2

SMSTC – Architecture d'activités de programme

Résultat stratégique : Intérêt, connaissance, appréciation et respect à l'égard de la science et la technologie par l'entremise de la collection des objets scientifiques et technologiques, programmes et recherche reflétant un point de vue canadien.

Activité de programme : Préservation du patrimoine 1.1

SOUS-ACTIVITÉS	SOUS-SOUS-ACTIVITÉS	
Recherche 1.1.1	MSTC	1.1.1.1
	MAvC	1.1.1.2
	MAgC	1.1.1.3
Développement de la collection 1.1.2		
Gestion de la collection 1.1.3		

Activité de programme : Partage des connaissances 2.1

SOUS-ACTIVITÉS	SOUS-SOUS-ACTIVITÉS	
Expositions 2.1.1	MSTC	2.1.1.1
	MAvC	2.1.1.2
	MAgC	2.1.1.3
Programmes 2.1.2	MSTC	2.1.2.1
	MAvC	2.1.2.2
	MAgC	2.1.2.3
Diffusion 2.1.3	MSTC	2.1.3.1
	MAvC	2.1.3.2
	MAgC	2.1.3.3
Publications 2.1.4	MSTC	2.1.4.1
	MAvC	2.1.4.2
	MAgC	2.1.4.3

Activité de programme : Activités de soutien 3.1

SOUS-ACTIVITÉS	SOUS-SOUS-ACTIVITÉS	
Gouvernance 3.1.1		
Production de recettes 3.1.2	MSTC	3.1.2.1
	MAvC	3.1.2.2
	MAgC	3.1.2.3
Services communs 3.1.3		

Activité de programme : Installations 4.1

SOUS-ACTIVITÉS	SOUS-SOUS-ACTIVITÉS	
Projets d'immobilisations 4.1.1	MSTC	4.1.1.1
	MAvC	4.1.1.2
	MAgC	4.1.1.3
Gestion des installations 4.1.2	MSTC	4.1.2.1
	MAvC	4.1.2.2
	MAgC	4.1.2.3

PROFIL DE LA SOCIÉTÉ

MANDAT

Le mandat de la Société du Musée des sciences et de la technologie est énoncé comme suit dans la *Loi sur les musées* :

Promouvoir la culture scientifique et technique au Canada par la constitution, l'entretien et le développement d'une collection d'objets scientifiques et techniques principalement axée sur le Canada, et par la présentation des procédés et productions de l'activité scientifique et technique, ainsi que de leurs rapports avec la société sur le plan économique, social et culturel.

MISSION

La Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada a adopté l'énoncé de mission suivant pour orienter ses activités :

Découvrir et faire connaître le patrimoine scientifique et technologique du Canada afin de mieux faire comprendre et apprécier le rôle que les sciences et la technologie ont joué, et continuent de jouer, dans la transformation du Canada.

En préservant et en célébrant le patrimoine scientifique et technologique du Canada, la Société peut inculquer à toutes les Canadiennes et à tous les Canadiens un sentiment d'identité et de fierté à l'égard de leurs réalisations scientifiques et techniques.

PROGRAMMES ET SERVICES

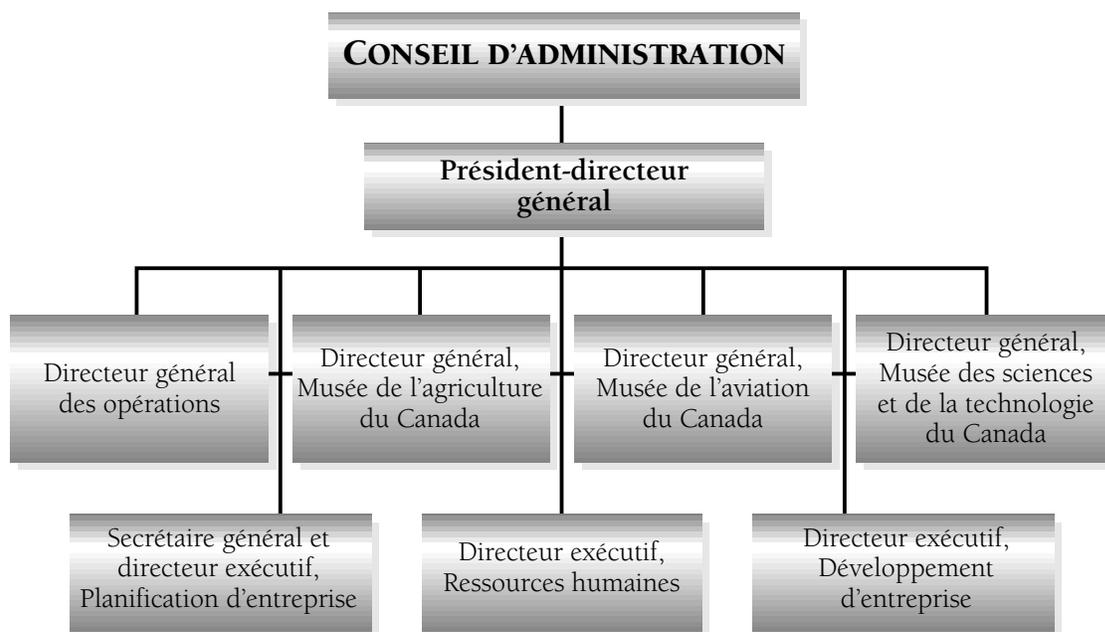
À titre d'établissement national et en tant que composante du portefeuille du Patrimoine canadien, la Société joue un rôle primordial dans la conservation et la protection du patrimoine technologique et scientifique du Canada, ainsi que dans la promotion et le partage des connaissances qui s'y rattachent. Dans le cadre de son mandat de conservation du patrimoine et de promotion du savoir, la Société contribue sensiblement à la réalisation des objectifs du gouvernement à l'effet de renforcer les liens forgés par une citoyenneté commune, et de créer un environnement qui permette une meilleure compréhension du contexte canadien.

La Société et ses trois musées – le Musée de l'agriculture du Canada, le Musée de l'aviation du Canada et le Musée des sciences et de la technologie du Canada – accueillent au total plus de deux millions de visiteurs par année dans leurs installations (750 000) et sur leurs sites Web (1,5 million). Au moyen de leurs recherches, leurs expositions, leurs programmes, leurs sites Web et leurs publications, les musées de la Société racontent l'histoire de l'ingéniosité des Canadiens et des Canadiennes et de leurs réalisations en sciences et en technologie, et démontrent de quelle manière ces réalisations ont contribué à bâtir notre pays.

La Société est responsable du développement et de la gestion d'une collection représentative d'objets et de documents scientifiques et techniques axée actuellement sur sept domaines principaux :

TABEAU 3

Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada



l'aviation, les communications, la fabrication, les ressources naturelles, les ressources renouvelables y compris l'agriculture, l'instrumentation scientifique et les transports. Chacun entreprend des travaux de conservation et met sur pied ses propres activités et stratégies de programmation en tenant compte de ses différents marchés et de sa clientèle.

STRUCTURE ET LIENS AVEC LE GOUVERNEMENT

La Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada a été constituée en société d'État autonome le 1^{er} juillet 1990, en vertu de la *Loi sur les musées*. Elle est dirigée par un conseil d'administration dont les membres sont nommés par le gouverneur en conseil et proviennent de toutes les régions du pays. Le conseil d'administration voit la gestion des activités et des affaires de la Société. Le conseil peut compter jusqu'à onze membres, incluant le président et le vice-président, et il est appuyé par six comités : le Comité exécutif, le Comité de vérification et des finances, le Comité de développement et de marketing, le Comité des installations majeures, le Comité des nominations et de gouvernance et le Comité du Panthéon canadien des sciences et du génie.

Les activités quotidiennes de la Société sont administrées par le président-directeur général en collaboration avec une équipe de gestionnaires composée des directeurs généraux des trois musées ainsi que du directeur général des opérations de la Société responsable des finances, de l'administration, des installations, de l'informatique et des activités commerciales, et des directeurs exécutifs des Ressources humaines, du Développement d'entreprise, et de la Planification d'entreprise (voir le tableau 3).

Le mandat, les pouvoirs et les objectifs de la Société sont définis, en termes généraux, dans sa loi habilitante. Ils sont assujettis à la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, qui définit le cadre de contrôle et de responsabilisation des sociétés d'État. La Société est également tenue de

s'acquitter de ses obligations, comme le stipule la législation gouvernementale, dans les secteurs des langues officielles, de l'équité en matière d'emploi, du multiculturalisme et de l'accès à l'information et la protection des renseignements personnels.

La Société rend compte au Parlement par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien. La Société fait partie du portefeuille du Patrimoine canadien, lequel comprend 16 organismes culturels et patrimoniaux, y compris le ministère du Patrimoine canadien, 5 agences ministérielles et 10 sociétés d'État. La Société reçoit des crédits budgétaires annuels auxquels s'ajoutent les recettes de diverses activités.

La Société compte l'équivalent de 235 postes à temps plein. De plus, elle fait appel à des sous-traitants lorsque cela s'avère avantageux. En vertu de la *Loi sur les musées*, la Société est un employeur distinct et ses employés ne font pas partie de la fonction publique du Canada. Cependant, la *Loi sur les musées* décrète que les agents et employés de la Société sont réputés appartenir à la fonction publique pour l'application de la *Loi sur la pension de la fonction publique*. L'Alliance de la fonction publique du Canada est l'agent de négociation pour les employés. La Société profite également des services d'un bon groupe de bénévoles dévoués qui œuvrent dans divers domaines.

La Société occupe un réseau d'immeubles regroupés à trois endroits à Ottawa : sur le chemin Lancaster, à l'aéroport de Rockcliffe et à la Ferme expérimentale centrale. Ces immeubles servent à abriter les bureaux, à entreposer la collection, à présenter des expositions et des programmes éducatifs.

ACTIVITÉS DE SOUTIEN

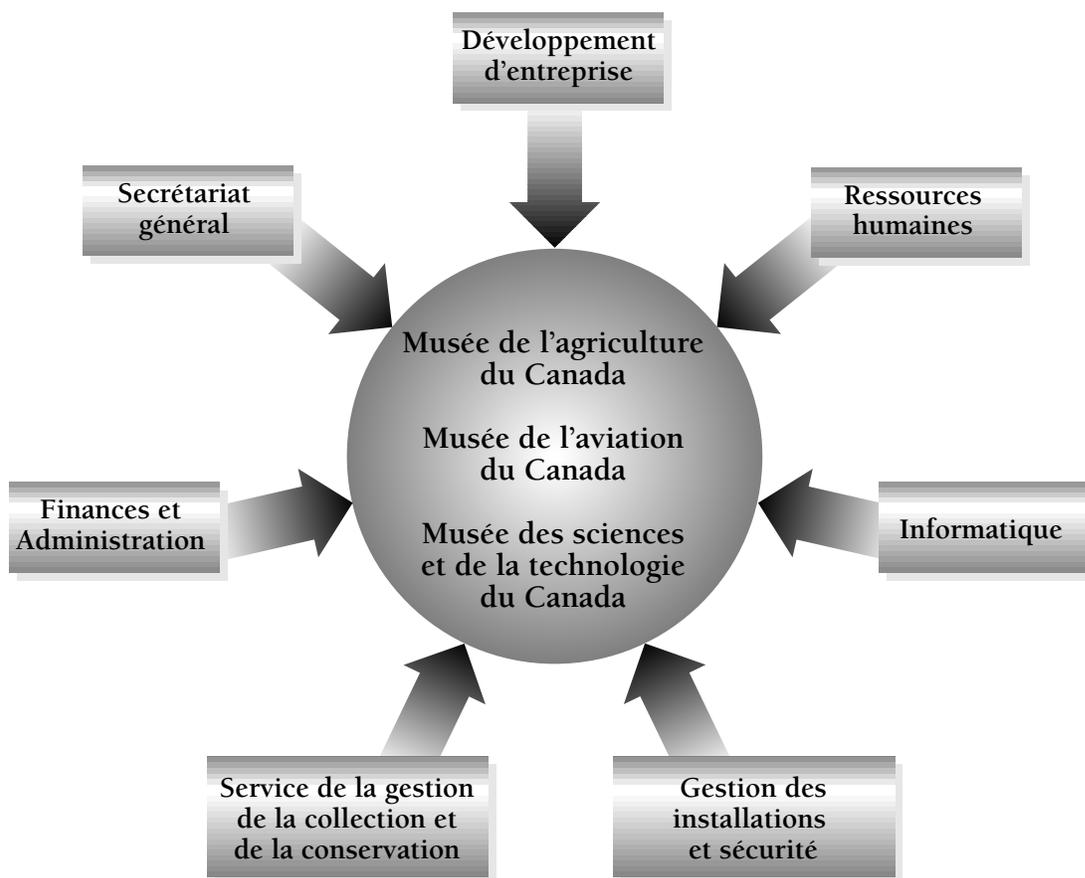
La Société exerce ses activités en respectant un ensemble de politiques qu'elle a établi et fournit des services de soutien qui sont centralisés (voir le tableau 4).

- **Secrétariat général** – Le Secrétariat général voit au fonctionnement du conseil d'administration de la Société ; il établit et gère le processus de planification stratégique et le programme de vérification et d'évaluation, et élabore les politiques, les directives et les lignes directrices de la Société ainsi que le processus annuel de planification du travail. En outre, il est responsable des programmes d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels et du Programme de coordination de l'image de marque, et des services de production.
- **Développement d'entreprise** – Les projets de développement d'entreprise sont élaborés de façon à offrir aux membres des secteurs public et privé la possibilité de s'associer aux activités de la Société. Le premier volet d'activités a trait aux commandites commerciales des biens de la Société, surtout les expositions, les programmes et les événements, de même que les initiatives liées aux sites Web. Le deuxième volet consiste en un vaste programme d'adhésion qui encourage l'établissement de liens étroits entre le public de la région et les musées de la Société. Le troisième volet concerne les collectes de fonds en général, dont les campagnes de financement annuelles, les programmes de dons importants et de dons planifiés et la sollicitation auprès de fondations et d'autres institutions.
- **Ressources humaines** – La Direction des ressources humaines offre la gamme complète des services de ressources humaines, y compris le recrutement, la classification, l'administration de la paye et des avantages sociaux, la formation et le perfectionnement, la planification de la relève, la santé et la sécurité des employés, les relations de travail et les négociations collectives, la sécurité physique, la sécurité du personnel et la sécurité de l'information. Cette direction coordonne également les exigences législatives relatives aux langues officielles, aux droits de la personne et à l'équité en matière d'emploi.

- **Finances et administration** – La Direction des finances et de l’administration agit à titre de contrôleur de la Société et est responsable d’instaurer et de maintenir un cadre de contrôle financier efficace pour toutes les ressources de la Société. Sont inclus dans ce cadre, la préparation des budgets et des contrôles budgétaires, la gestion des systèmes de comptabilité internes et les rapports sur les écarts. Cette direction fournit aussi les services de gestion du matériel, des approvisionnements, de la passation de marchés, du contrôle de l’inventaire, de l’entreposage et de fournitures centralisées.
- **Informatique** – Le groupe de l’Informatique fournit à la Société les services de gestion et de soutien des ordinateurs et des technologies de l’information, incluant ceux dédiés à la collection nationale, aux activités d’archives et à la surveillance des installations. Il offre aussi les services connexes dont la surveillance des tendances en technologie, les conseils à la Société quant aux nouvelles technologies, ainsi que l’évaluation, l’estimation et la sélection des technologies.

TABLEAU 4

Activités de soutien centralisées dans les trois musées



- **Gestion des installations et sécurité** – La Division de la gestion des installations et de la sécurité fournit l'ensemble des politiques et des plans pour les installations, les acquisitions, l'administration, les améliorations, les aliénations de biens, et ce, afin de fournir à la Société des installations sécuritaires et efficaces qui appuient ses services et activités commerciales. La Division de la sécurité assure la sécurité des employés et des visiteurs ainsi que la protection de l'information et des biens, la planification d'urgence et de la reprise des activités.
- **Services de la collection et de la conservation** – Les Services de la collection et de la conservation desservent les trois musées de la Société. La Division des services de la collection fournit l'orientation et prodigue des conseils relatifs à l'entretien, à l'accessibilité et à l'entreposage sécuritaire de la collection. Elle est également responsable de l'entretien et de la mise à niveau du système de catalogage de la Société et de l'élaboration de politiques, de directives, de stratégies et de procédures ayant trait à la gestion de la collection pour l'organisation. La Division de la conservation est responsable de la préservation à long terme de la collection. À cette fin, elle fixe les normes d'entreposage et d'exposition en plus de concevoir et de mettre en place des programmes de conservation préventive. Cette division prépare les pièces de la collection à être exposées, les programmes, les événements et les prêts à d'autres établissements en plus de fournir des conseils et du soutien techniques à l'ensemble du personnel de la Société concernant tous les aspects de la conservation et de la restauration des pièces de la collection.

PERSPECTIVE FINANCIÈRE

Pour le prochain exercice financier, la Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada sera dotée d'un budget total, de fonctionnement et des immobilisations, de 24 446 000 \$. Les dépenses sont présentées selon la catégorie, au tableau 5.1, et selon les activités, au tableau 5.2.

TABLEAU 5.1

Dépenses selon la catégorie

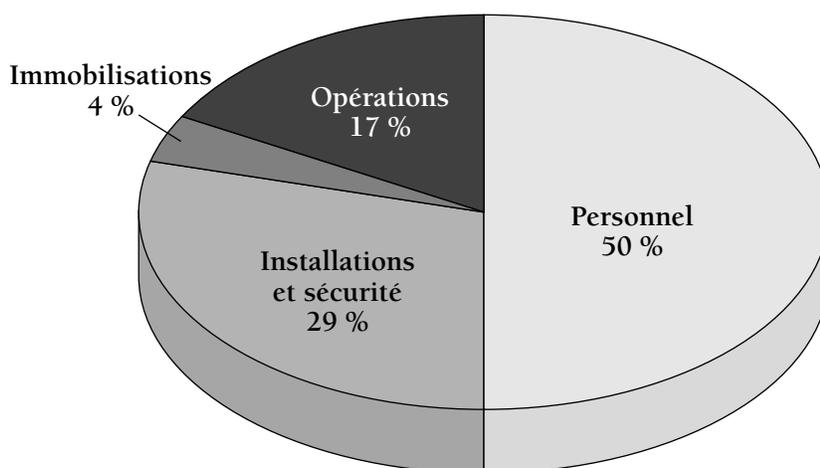
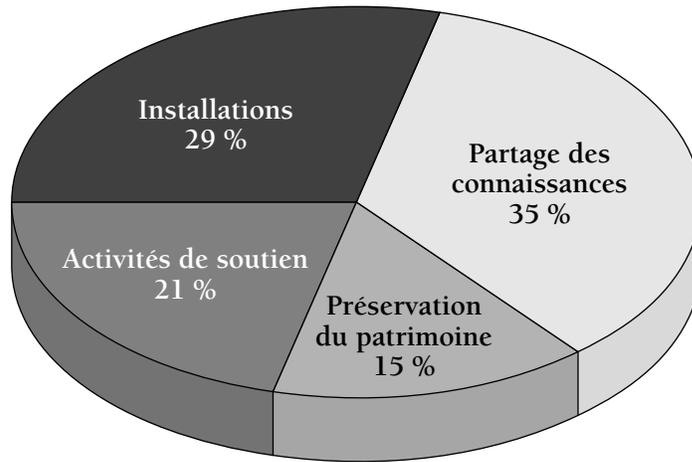


TABLEAU 5.2

Affectation des fonds



ORIENTATION ET CADRE STRATÉGIQUE

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Introduction

La Société a analysé un grand nombre de facteurs sociaux, économiques, concurrentiels, et autres qui influenceront sur les perspectives de la Société au cours des cinq prochaines années. Cette analyse a mis en lumière les nombreux défis relatifs à la viabilité des musées en général, et particulièrement des trois musées de la SMSTC. La Société peut toutefois aborder ces défis comme des occasions d'accroître le nombre de visiteurs dans ses musées et le soutien des Canadiens à leur endroit.

La Société s'est aussi penchée sur ses défis internes. L'analyse de l'environnement ci-après et le plan de travail qui figure plus loin dans le présent rapport font état d'enjeux précis. Enfin, la Société a des forces qu'elle pourra mettre à contribution tout au long de la période de planification.

Les principaux enjeux internes et externes relevés sont expliqués ci-après.

Défis externes

Évolution démographique

Au fur et à mesure que les enfants des baby-boomers ont atteint l'adolescence au début des années 1980, la croissance des visites familiales aux musées a commencé à s'estomper. Les taux de fréquentation sont toutefois demeurés élevés jusqu'au début des années 2000 grâce aux enfants des plus jeunes baby-boomers. Ce marché est maintenant en déclin et disparaîtra d'ici 2020. Par ailleurs, la composition des nouvelles familles sera fortement influencée par les taux de natalité des communautés d'immigrants récents.

Diversité culturelle

La diversité croissante de la population canadienne représente un défi pour la Société qui doit offrir des produits et des services culturels appropriés. De toute évidence, les musées doivent découvrir ce que les nouveaux Canadiens pensent des sciences, de la technologie et de la culture canadienne. Ces connaissances devront ensuite être intégrées à une nouvelle histoire et à une nouvelle expérience des sciences et de la technologie qui seront plus pertinentes pour les nouveaux Canadiens.

De plus, la SMSTC et ses musées n'ont pas bien représenté le savoir traditionnel ou les perspectives actuelles des Autochtones du Canada dans leurs programmes. Cependant, le dialogue engagé par la Société avec ces communautés se poursuivra et viendra enrichir les programmes et les activités de tous les secteurs de la Société.

Rythme du changement

La croissance rapide des sciences et de la technologie au Canada pose des défis pour le développement de collections représentatives de l'ampleur et de la richesse des sujets à l'étude. Il est difficile de décider de l'importance à accorder aux domaines en émergence et de la mesure selon laquelle les explorer.

Sensibilisation

La plupart des musées nationaux n'ont jusqu'à maintenant pas mené de grandes campagnes de publicité nationale en raison de leur coût extrêmement élevé. Or, des campagnes de publicité sur les scènes nationale et locale pour faire connaître la Société et ses différents produits aux Canadiens et les tenir au fait de leur existence comptent au nombre des éléments importants dans la réalisation du mandat national des musées. Les musées devront cependant créer de nouveaux produits susceptibles d'intéresser les Canadiens dans tous les marchés géographiques pour soutenir les efforts de sensibilisation de la Société à l'échelle nationale.

Prix

En dépit de quelques légères différences de prix entre eux – le Musée canadien des civilisations (MCC) ayant les prix les plus élevés et les trois musées de la SMSTC, en moyenne, les moins élevés –, judicieusement, les musées de la région ne se livrent pas à une concurrence acharnée en ce qui concerne les droits d'entrée, puisque cet élément n'est pas un important catalyseur de visites. La Société procède régulièrement à l'analyse des prix dont les résultats permettent de conclure que les prix actuels sont à leur maximum en regard de l'âge des expositions, de l'attrait de nouvelles activités de loisir et de la baisse possible du revenu discrétionnaire vu l'augmentation des coûts, entre autres de l'essence, du chauffage et des taxes foncières.

Visiteurs locaux

La fréquentation totale dans tous les musées nationaux est passée, au milieu des années 1990, de 2,5 millions de visiteurs à quelque 3,1 millions avant de se stabiliser à ce niveau. À l'intérieur de ce marché, la fréquentation est demeurée stable ou a augmenté dans certains musées, alors qu'elle a diminué graduellement dans d'autres, comme les musées de la SMSTC.

Selon les recherches menées dans les années antérieures, les résidents de la région ont mentionné environ 60 activités où les familles peuvent en même temps apprendre et s'amuser. Les sept grands musées nationaux de la région de la capitale nationale s'attirent la plus grande partie de l'attention : 80 % des résidents ont visité un musée une ou plusieurs fois au cours des deux dernières années. En moyenne, ces personnes visitent des musées près de quatre fois par année. Le fait que beaucoup de musées ciblent le même segment familial ajoute à la problématique du taux de fréquentation.

Lorsque les musées de la Société ont harmonisé leurs programmes scolaires avec ceux des établissements d'enseignement, ils ont connu une hausse de leur clientèle dans ce secteur qui a compensé la diminution des visites en famille. Il se peut, toutefois, qu'il s'agisse d'une situation gagnant-perdant. Cette interdépendance entre le milieu scolaire et les musées est un aspect à surveiller dans les années à venir.

Possibilités externes

Programme d'innovation

La Société peut tirer parti de ses activités dans le cadre de la mise en œuvre du programme d'innovation, tant au niveau politique que privé. En effet, ses musées peuvent illustrer les innovations scientifiques et technologiques du passé et de quelles façons ces dernières peuvent orienter l'avenir. Ils peuvent contribuer à mettre en valeur les réalisations et innovations scientifiques et technologiques et à les faire connaître aux Canadiens et au monde entier.

Économie solide

L'économie canadienne, qui a connu une période de croissance au cours des dernières années, devrait normalement demeurer solide à court et à moyen terme. Au Canada, on retrouve un grand nombre d'intervenants privés importants dans les secteurs des sciences et de la technologie qui pourraient s'avérer des commanditaires potentiels pour une grande variété de produits et de services. Un plus grand nombre de commanditaires peut rehausser la quantité et la qualité de nos activités et, par le fait même, les taux de fréquentation.

Questions contemporaines

Plus le monde des sciences et de la technologie change, plus il y a de possibilités pour les musées des sciences et de la technologie. L'intérêt du public devrait rester élevé pour les progrès de la médecine et des sciences physiques. Les musées de la Société peuvent jouer un rôle d'intermédiaires par rapport à des questions controversées et devenir un facteur efficace de motivation pour les Canadiens dans des domaines cruciaux touchant les sciences et la technologie.

Tourisme

Le marché du tourisme continue d'offrir des perspectives pour les trois musées de la SMSTC. Bien que le tourisme ait connu une baisse ces dernières années, nous devons nous concentrer sur les possibilités d'augmenter notre part de ce marché plutôt que sur l'augmentation du marché lui-même.

Internet

L'utilisation de l'Internet a connu un essor fulgurant dans la plupart des segments de la population canadienne. Un grand nombre de Canadiens considèrent Internet comme une source d'information et de loisirs. En ce qui concerne la vision de la SMSTC – motiver les Canadiens à explorer le patrimoine scientifique et technique et en accroître la diffusion – l'Internet s'ajoute aux moyens déjà utilisés pour traiter d'enjeux contemporains et futurs relatifs au développement historique des sciences, de la technologie et de la société canadienne.

Démographie

La présentation de nos activités à tous les segments de marché non desservis à l'heure actuelle constitue une réelle possibilité. Au fur et à mesure que nous comprendrons les besoins et les attentes propres à chaque segment de marché, nous serons en mesure de leur offrir des activités appropriées.

Défis internes

Fonds fédéraux

La SMSTC est en concurrence pour l'obtention de fonds fédéraux, et ce, dans un environnement où les priorités gouvernementales portent sur les soins de santé, les besoins des Autochtones, les villes et la défense. C'est donc dans un contexte de priorités financières établies que nous devons justifier la nécessité de nouvelles installations, notamment pour le Musée des sciences et de la technologie ou l'expansion continue du Musée de l'aviation du Canada. Les efforts de la ministre du Patrimoine canadien visant l'élaboration d'une nouvelle politique du patrimoine pour les Canadiens devraient contribuer à mettre la Société en évidence.



Depuis plusieurs années, les crédits accordés à la Société font l'objet de réductions successives. En tant que société d'État de l'annexe C, la Société n'a aucune protection contre l'inflation qui frappe les coûts des biens immeubles et des salaires. La croissance de la collection, le vieillissement des installations et la demande accrue des clients exercent de telles pressions sur le financement de base que la réalisation du mandat même de la Société est menacée. La Société s'efforcera de redresser sa situation financière et travaillera avec le Secrétariat du Conseil du Trésor à cet effet.

Compréhension de la clientèle et des investisseurs

Les musées de la Société sont parvenus à enregistrer un taux élevé de satisfaction chez leurs visiteurs. Ils devront toutefois, face à la diminution de la fréquentation et aux pressions financières, parfaire leur compréhension des besoins et des attentes des clients et des investisseurs actuels, ainsi que des clients et des partenaires potentiels. Ils devront avoir recours aux techniques employées par d'autres secteurs de l'économie pour déterminer les besoins qui demeurent insatisfaits et appliquer les principes du marketing pour les combler.

Dire qu'aujourd'hui les jeunes ne se reconnaissent pas dans l'approche muséale conventionnelle est superflu compte tenu de leur familiarité avec les divertissements multimédias. Il est donc crucial de trouver de nouvelles façons d'encourager les jeunes à explorer les sciences et la technologie pour qu'ils répètent l'expérience souvent.

Diffusion

Au Canada, les grands espaces et la considérable diversité de la population posent de grands défis à la Société dans ses efforts de diffusion. À cause des contraintes financières, la Société a dû limiter le nombre d'expositions itinérantes et concentrer ses efforts de diffusion aux produits en ligne. Afin de relever ces défis, la Société doit trouver des commanditaires pour financer les frais de déplacement des expositions et réaliser des produits en ligne de calibre international. Étant donné l'efficacité et l'efficience de l'Internet comme outil de diffusion, la Société verra à consolider sa présence sur le Web par l'élaboration d'un contenu d'avant-garde et attrayant.

Expositions vieillissantes

L'âge moyen de nos expositions augmente chaque année. Des expositions à court terme sont devenues des expositions à moyen terme et ces dernières, des expositions à long terme, à cause de l'insuffisance de fonds. Ce ralentissement par rapport au renouvellement des expositions pourrait faire chuter le taux de fréquentation et accroître la nécessité de concevoir des activités qui permettraient d'offrir des nouveautés aux visiteurs des trois musées.

Internet

La Société a obtenu de bons résultats sur le Web. Les sites Web de ses trois musées ont connu une hausse sensible de fréquentation ces trois dernières années attribuable surtout à l'amélioration du contenu et des outils de navigation. Cette réussite a amené la Société à fixer un objectif élevé de fréquentation des sites Web et à confier aux musées la tâche d'élaborer la plupart des nouveaux produits y compris une composante Web.

Planification de la relève

Au cours des cinq prochaines années, un grand nombre d'employés de la Société seront admissibles à la retraite. Dans le seul groupe de gestion, il s'agit de 60 % des membres. Les connaissances et les compétences au sein de la Société pourraient par conséquent être menacées. Il sera essentiel d'adopter des mesures préventives de planification de la relève pour assurer la pérennité de l'expertise et de l'engagement à l'égard des objectifs de l'organisation.

Forces internes

Notre personnel

Le personnel de la Société – des trois musées et des divers services – constitue une grande force. Nos employés sont reconnus par leurs pairs de la communauté muséale pour leur expertise, leurs connaissances techniques et leur créativité abondantes. De plus, ils démontrent un grand engagement dans l'atteinte de résultats. Enfin, leur degré d'enthousiasme demeure élevé en dépit des contraintes de ressources des dernières années.

Nos collections

La SMSTC est la seule institution qui bâtit une collection complète vouée aux sciences et à la technologie au Canada. La SMSTC a développé une collection nationale d'objets qui est représentative des sciences et de la technologie du Canada et de leur histoire. La collection permettra à la Société de continuer d'illustrer les défis surmontés et les choix faits lors du développement du pays. Elle démontrera comment les sciences et la technologie jouent un rôle essentiel dans la recherche de nouvelles façons de vivre, d'apprendre et de travailler.

Source d'expertise

La Société compte, dans tous ses secteurs, des professionnels dont l'expertise et les compétences sont souvent sollicitées par d'autres musées, les milieux universitaires, le monde des affaires, le gouvernement et le public. Ce rôle consultatif contribue au fait que l'organisation est reconnue comme une source de référence respectée au pays et à l'étranger.

Programmes scolaires

Les musées de la Société collaborent depuis fort longtemps avec le système scolaire primaire et harmonisent leurs programmes avec ceux des écoles. Les programmes scolaires des musées sont d'ailleurs fortement prisés par les élèves et les enseignants. Nous devons exploiter cette situation et élargir notre portée pour joindre d'autres établissements d'enseignement, cette fois secondaires et postsecondaires.

Systèmes et pratiques

La Société a mis de l'avant des systèmes et des pratiques reconnus par ses pairs pour leur excellence. Que ce soit dans les domaines de la recherche, de la gestion des collections, des expositions ou de l'élaboration de programmes, l'acuité technique demeure très élevée, ce qui constitue une base solide pour la progression de l'organisation.

Image de marque

Des études récentes démontrent que les visiteurs sont très impressionnés par les trois musées. Selon les sondages effectués auprès des visiteurs, ceux-ci sont très satisfaits de l'expérience et des produits offerts dans les trois musées de la Société. Le potentiel de la Société est cependant limité, dans le cas du Musée des sciences et de la technologie du Canada, par la condition inférieure aux normes des installations actuelles qui n'ont pas l'envergure nationale souhaitée pour mettre en valeur les importantes réalisations scientifiques et technologiques.

Il y aurait lieu de miser sur une stratégie de marque conjuguée à ces impressions positives pour accroître le nombre de visiteurs et de commanditaires. La Société continuera aussi de mener des sondages d'opinion pour évaluer sa notoriété et, selon les résultats obtenus, prendra les mesures nécessaires visant à mieux faire connaître les marques de ses trois musées.

CADRE STRATÉGIQUE

La SMSTC a amorcé sa deuxième année d'un cadre stratégique quinquennal qui énonce précisément ses objectifs principaux et permet à la Société de mieux mesurer son rendement et d'en faire état. La mise en œuvre du cadre stratégique, conjuguée à la redéfinition de certains processus de soutien, vise à ce que tous les membres de la Société puissent affirmer :

- Tout le monde comprend les orientations de l'organisation.
- Notre équipe vise des résultats pluriannuels et est engagée à les réaliser.
- Nous mettons en œuvre des plans d'action prioritaires.
- Nous évaluons les progrès par rapport à des mesures établies.

ÉLÉMENTS DU CADRE STRATÉGIQUE

L'équipe de gestion de la SMSTC a élaboré un cadre stratégique, lequel a été approuvé par le conseil d'administration. Le cadre stratégique comprend les quatre éléments suivants :

- Énoncé de vision – une brève déclaration publique sur ce que nous désirons avoir réalisé au sein de la SMSTC d'ici cinq ans.
- Piliers du succès – les principaux domaines d'action ; facteurs déterminants de l'ensemble de nos réussites.
- Objectifs pluriannuels – les résultats mesurables assortis de délais d'exécution.
- Mesures – les résultats évalués à court terme pour indiquer les progrès réalisés.

Le cadre stratégique allie les avantages de l'approche de tableaux de bord avec la force d'une vision comme fondement de la prise de décision. Cette méthode facilite l'expression des résultats et la définition des améliorations nécessaires.

Notre vision est :

La Société sera reconnue à l'échelle nationale comme un leader motivant les Canadiens et Canadiennes à explorer leur riche patrimoine scientifique et technique grâce à ses collections exceptionnelles, ses programmes novateurs, ses collaborations multiples et son professionnalisme.

L'énoncé de vision définit les caractéristiques que la Société doit posséder pour réaliser le mandat que lui a confié le gouvernement du Canada, tout en répondant aux besoins des visiteurs et d'autres utilisateurs de produits et de services qui désirent connaître le patrimoine des sciences et de la technologie du Canada.

L'énoncé de vision a été conçu comme fondement de la prise de décision pour la période se terminant en 2009-2010. Il comprend six piliers du succès. Des liens ont été établis, pour chaque pilier du succès, avec l'architecture d'activités de programme de la Société.

- Leader reconnu à l'échelle nationale (1.1 Préservation du patrimoine, 2.1 Partage des connaissances)
- Motivant les Canadiens et Canadiennes (2.1 Partage des connaissances)
- Collections exceptionnelles (1.1 Préservation du patrimoine)
- Programmes novateurs (2.1 Partage des connaissances)
- Collaborations multiples (2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien)
- Professionnalisme (2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien)

PILERS DU SUCCÈS

LEADER RECONNU À L'ÉCHELLE NATIONALE

(1.1 Préservation du patrimoine, 2.1 Partage des connaissances)

Le mandat de la Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada consiste à « promouvoir la culture scientifique et technique au Canada ». Afin de remplir son mandat, l'organisation doit établir sa présence d'un bout à l'autre du Canada et être reconnue par les Canadiens pour son rôle.

Les musées de la Société doivent par conséquent faire preuve d'initiative et d'influence. Ils doivent devenir une source de référence primordiale et établir des normes d'excellence en matière de musées. Il y a lieu de s'attendre à ce que le leadership d'une institution nationale comme la nôtre soit reconnu et que ses activités suscitent l'enthousiasme.

Outre les visiteurs, d'autres segments de la population canadienne, y compris les chercheurs, les administrateurs du milieu de l'enseignement et le secteur du tourisme, devraient être au fait de nos normes élevées et de notre capacité d'intégrer rapidement les pratiques exemplaires.

Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels au regard desquels elle pourra évaluer dans quelle mesure elle est un leader reconnu à l'échelle nationale.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC augmentera de 20 % les visites sur place et hors site. (2.1 Partage des connaissances, 2.1.2 Programmes, 2.1.3 Diffusion)

Il est important d'inverser la tendance à la stabilité ou à la baisse des taux de fréquentation dans les trois musées. Il s'agit d'un objectif ambitieux qui exigera la mise en place d'activités soutenues et novatrices conçues pour répondre aux besoins des visiteurs actuels et à ceux des segments de visiteurs potentiels.

Les visites sur place comprennent la participation à des activités dans l'un ou l'autre des trois musées. Les visites hors site comprennent la fréquentation des expositions itinérantes.

Le nombre de visites, tant dans les musées que hors site, est établi cette année à 700 000. Ce nombre devra être tout aussi élevé les années suivantes pour que la Société puisse réaliser son objectif d'une augmentation de 20 % d'ici cinq ans.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC augmentera la notoriété de 30 % pour ses trois musées. (2.1 Partage des connaissances, 2.1.3 Diffusion)

Il est important, pour la Société, de concevoir notamment des activités visant à mieux faire connaître les produits et les services des trois musées qu'elle offre aux Canadiens. À cet effet, la Société mènera les sondages d'opinion publique qui lui permettront de fixer un point de référence et d'élaborer un programme d'activités visant à accroître la notoriété de ses trois musées.

Au cours de la prochaine année, la Société évaluera par sondage la notoriété actuelle de ses trois établissements. Au cours de la période donnée, elle visera à accroître la notoriété de ses trois musées de 5 % par rapport au niveau établi.

Principales initiatives

Au cours des cinq prochaines années, la Société entreprendra une série d'initiatives prioritaires qui contribueront à la réalisation des objectifs mentionnés précédemment. Certaines sont relativement nouvelles, tandis que d'autres sont le prolongement du travail en cours depuis quelques années.

Études de marché (2.1 Partage des connaissances, 2.1.2 Programmes)

Notre capacité à concevoir des activités pertinentes pour le marché des visiteurs actuels et des visiteurs potentiels est entravée par le manque de données sur les besoins et les attentes des différents segments du marché. Il est, par conséquent, essentiel d'élaborer un programme d'études de marché efficient et stratégique.

La Société continuera d'avoir recours à des méthodes et pratiques couramment employées dans d'autres secteurs de l'économie canadienne, afin de devenir une organisation axée sur le marché. Elle réalisera des études de marché dans le but d'établir un processus permanent de définition des divers segments de marché et de leurs exigences au fil du temps. Elle effectuera aussi des sondages pour valider les stratégies de marque et la notoriété actuelles des trois musées.

Stratégie de communication (3.1 Activités de soutien, 3.1.3 Services communs)

La Société continuera de mettre l'accent sur le développement des images de marque distinctes de ses trois musées. Elle établira toutefois une stratégie d'ensemble veillant à la mise en place d'un plan d'action pour renforcer les activités mutuelles de diffusion, de partenariat et de commandite, et les autres activités de collaboration.

La Société entend posséder les connaissances et les orientations axées sur le marché ainsi que les méthodes d'évaluation et de recherche nécessaires afin d'informer les Canadiens et les autres touristes des attraits de ses musées et de ses sites Web. Elle continuera d'axer ses efforts sur l'analyse comparative et la validation des résultats antérieurs, comme ceux recueillis par le biais de sa stratégie de marque initiale et de la segmentation du marché. Les résultats de cette analyse serviront à l'élaboration de la stratégie de communication.

Installations (4.1 Installations, 4.1.2 Gestion des installations)

La nécessité de construire un nouvel édifice pour abriter le Musée des sciences et de la technologie du Canada restera une priorité au cours de la période visée, dans la foulée des études de marché et de sites menées en 2005-2006. Dotée d'une vision désormais précise pour le nouveau bâtiment, son contenu, ses méthodes et philosophie d'exploitation, la Société doit maintenant veiller à obtenir les fonds gouvernementaux nécessaires pour mener le projet à bien. À cet effet, elle tiendra des séances d'information à l'intention de ses partenaires à l'intérieur et à l'extérieur du gouvernement. Elle fera appel à la ministre pour obtenir les fonds nécessaires à la réalisation de la planification fonctionnelle détaillée ainsi qu'à l'évaluation et l'aménagement du site. Elle soumettra à l'aval de la ministre du Patrimoine canadien la préparation d'un mémoire au Cabinet visant l'approbation de principe du projet, l'approbation d'un site pour le bâtiment et le financement pour passer de l'étape de la planification fonctionnelle à la préparation des dessins préliminaires aux fins de l'élaboration d'une estimation de catégorie C pour examen ultérieur.

La construction du nouvel hangar d'entreposage est terminée, et le Musée de l'aviation du Canada procède maintenant à l'organisation de l'espace d'entreposage accessible au public et à la réorganisation des espaces publics devenus vacants par suite du déménagement d'objets dans le nouvel hangar. La Société est toujours confrontée au fait que le budget du projet ne prévoyait pas de fonds pour l'exploitation et l'entretien du nouvel hangar d'entreposage et du bâtiment de l'administration. Le montant nécessaire s'élève à quelque 1,4 million de dollars et dépasse largement la capacité financière actuelle de la Société. L'absence de financement à ce titre aura des conséquences désastreuses sur les autres activités de la Société. La Société travaillera en collaboration avec le Secrétariat du Conseil du Trésor afin de trouver une solution permanente au problème.

La Société poursuivra ses efforts pour obtenir le financement nécessaire à la réalisation des étapes suivantes de la conception, notamment d'un atelier de conservation, d'un passage piétonnier entre le nouveau bâtiment et les anciens locaux et d'une aire d'entrée principale redessinée et dotée d'un auditorium et d'une boutique. Dans la perspective de la célébration du centenaire du vol motorisé au Canada en 2009, la Société sollicitera activement des fonds d'immobilisations pour amorcer la prochaine phase du programme de construction du Musée de l'aviation du Canada qui coïncidera avec cet important jalon de l'histoire de l'aviation au Canada.

Le Musée de l'agriculture du Canada sollicitera l'approbation de son plan d'aménagement dans le cadre de sa participation aux consultations concernant le plan de gestion pour le site historique national de la Ferme expérimentale centrale.

Mesures

La Société a retenu les cinq mesures suivantes qu'elle évaluera et révisera chaque trimestre pour déterminer dans quelle mesure elle réalise son objectif de devenir un leader reconnu à l'échelle nationale.

- Fréquentation des visiteurs – La fréquentation des visiteurs fait partie de l'un des objectifs pluriannuels mentionnés précédemment. C'est aussi un indicateur de succès crucial et il sera évalué en conséquence.
- Sensibilisation à la notoriété – La sensibilisation à la notoriété sera évaluée deux fois l'an à cause des coûts inhérents à cet exercice.
- Fréquentation des expositions itinérantes par les visiteurs – Les expositions itinérantes représentent une composante importante des activités de diffusion. On compilera le nombre de visiteurs à ces expositions.
- Publications approuvées par les pairs – Il est attendu d'un leader reconnu à l'échelle nationale qu'il publie des travaux approuvés au sein de sa communauté professionnelle.
- Visiteurs pour les pièces de la collection prêtées – La portée élargie de la collection, par l'entremise des pièces prêtées à d'autres institutions, sera évaluée.

MOTIVANT LES CANADIENS ET CANADIENNES

(2.1 Partage des connaissances)

Le mandat de la SMSTC est de « présenter des procédés et productions de l'activité scientifique et technique ». Le présent pilier du succès reflète la capacité de la Société de capter l'attention des Canadiens et de créer pour eux des possibilités d'interaction sur des sujets scientifiques et technologiques.

Ce pilier du succès vise deux aspects primordiaux du volet relatif au partage des connaissances du mandat de la Société. Le premier vise à assurer une croissance exponentielle du nombre de Canadiens qui peuvent participer aux activités de la SMSTC par le biais des activités sur le Web. Le deuxième consiste à faire en sorte que les activités visent des clientèles diversifiées représentatives de la composition multiculturelle actuelle de la société canadienne.

Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels au regard desquels elle pourra évaluer dans quelle mesure elle motive réellement les Canadiens et Canadiennes.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC recevra 8 millions de visites sur ses sites Web. (2.1 Partage des connaissances, 2.1.3 Diffusion)

Cet objectif diverge de celui fixé dans notre précédent plan d'entreprise. La Société entend maintenir son vaste objectif de compter parmi les meilleures institutions éducatives et culturelles dans le domaine des sciences et de la technologie axées principalement sur les réalisations canadiennes. Aux fins de se doter de buts plus précis tant pour la période visée que pour les années subséquentes, la Société a décidé de reformuler son objectif en termes concrets et mesurables. Au lieu de viser le quartile supérieur des sites Web en sciences et technologie, un objectif dont la réalisation pourrait être difficile à mesurer, la Société s'est fixé comme objectif un nombre absolu de visites sur ses sites Web.

Sur la base d'une fréquentation de 2,5 millions d'utilisateurs sur ses sites Web prévue en 2005-2006, et, compte tenu des projets en voie de réalisation, l'objectif a été fixé à 3,5 millions pour 2006-2007.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC visera une augmentation annuelle d'au moins 10 % des nouvelles activités destinées à des publics variés.

(2.1 Partage des connaissances, 2.1.2 Programmes)

La Société fait des efforts concertés pour mettre au point des programmes qui intéressent dès le départ des publics variés et qui revêtent de l'importance pour eux. Ce critère compte au nombre des critères établis pour analyser et approuver les nouveaux projets soumis dans l'ensemble de la Société. Des études de marché, sous la forme de sondages et de groupes types, seront réalisées pour soutenir la prise de décision tout en aidant aussi à évaluer l'efficacité tant des produits conçus pour répondre aux besoins de segments précis du marché que des produits destinés à un public le plus varié qui soit.

Au cours de 2006-2007, la SMSTC visera une augmentation d'au moins 10 % des nouvelles activités destinées à des publics variés. De nouveaux produits, y compris des activités liées aux expositions, le contenu sur le site Web ainsi que des programmes et des événements particuliers, seront élaborés conformément aux résultats tangibles des études de marché et au réseau en évolution des partenaires voués à desservir de vastes segments de marché.

Principales initiatives

Au cours de la période visée, la Société entreprendra une série d'initiatives prioritaires qui contribueront à la réalisation des objectifs mentionnés précédemment. Certaines seront le prolongement des programmes et des partenariats établis dans divers secteurs de la Société ; d'autres exploreront de nouveaux domaines et exigeront la réalisation d'études approfondies tout en dépendant aussi de l'établissement de liens avec de nouveaux partenaires.

Technologie de l'information / Création de contenu Web (2.1 Partage des connaissances, 2.1.3 Diffusion)

La Société élaborera des projets au titre de sa stratégie en matière de TI et conformes à son plan Web qui, pour sa part, tiendra compte du résultat du nouveau processus de développement de produits (décrit sous « Programmes novateurs »). L'un des principaux critères d'évaluation d'un projet sera la nécessité d'assortir au moins 25 % des nouveaux produits de modes de prestation multiples, y compris, dans de nombreux cas, d'un nouveau contenu Web.

En 2006-2007, le site Web du Musée de l'agriculture du Canada fera l'objet d'améliorations continues. Ainsi, y seront affichées au moins la moitié des 20 trousseaux d'activités pour les enseignants liées aux programmes scolaires dans un format amélioré et facilement téléchargeable. Par ailleurs, l'exposition **Aliments pour la santé** actuellement en voie d'élaboration sera assortie d'un lien Web. Dans le site du Musée de l'aviation du Canada, de nouveaux essais seront intégrés, ainsi qu'une exposition virtuelle sur la contribution des femmes dans le domaine de l'aviation au Canada. En outre, des renseignements seront ajoutés aux descriptions des aéronefs de la collection. Le site Web du Musée des sciences et de la technologie du Canada sera aussi actualisé par suite d'une évaluation auprès des utilisateurs, de manière à créer un site que les Canadiens consulteront volontiers et à établir un cadre d'amélioration continue.

Diversité et Premières nations (2.1 Partage des connaissances, 2.1.2 Programmes)

La SMSTC tient à l'intégration de la diversité dans les activités sous sa responsabilité, c'est-à-dire la recherche, le développement de la collection, les expositions, les programmes, ainsi que les programmes d'emploi et les activités connexes.

La Société continuera de renforcer ses liens avec les membres des communautés des Premières nations et sa reconnaissance de l'application particulière et de la contribution aux domaines des sciences et de la technologie du savoir traditionnel grâce à sa participation active au sein de la Canadian Aboriginal Science and Technology Society. Au cours de la période visée, la Société poursuivra la mise sur pied de son propre programme de stages, en consolidant ses liens avec le Programme de formation en pratiques muséales destiné aux Autochtones du Musée canadien des civilisations.

La Société tentera de conclure des partenariats avec d'autres communautés culturelles afin que le contenu et la présentation de ses activités soient représentatifs, appropriés et pertinents.

Par le biais de son programme d'équité en matière d'emploi, la Société s'efforcera de se doter d'une main-d'œuvre représentative de la diversité. Une telle main-d'œuvre constituera non seulement les ressources internes pour joindre et comprendre les Canadiens, mais lui permettra aussi de présenter un visage diversifié à ses clientèles.

Mesures

La Société a retenu les quatre mesures suivantes du cadre stratégique qu'elle évaluera et révisera chaque trimestre pour déterminer dans quelle mesure elle réalise son objectif de motiver les Canadiens et Canadiennes. Ces mesures sont :

- Nombre d'activités par catégorie – Nous évaluerons le nombre d'activités par catégorie pour nous assurer que nous atteignons ou dépassons l'objectif établi par rapport aux activités destinées à des publics variés, parmi une vaste gamme de produits.
- Fréquence et durée sur le Web – Nous améliorerons les outils conçus pour évaluer la quantité et la qualité des expériences Web. Les résultats des évaluations, accompagnés des analyses pertinentes, seront largement diffusés à l'échelle de la Société.
- Nombre de programmes d'apprentissage – Le nombre de programmes éducatifs en voie d'élaboration est un important indicateur de la réalisation de l'objectif primordial du partage des connaissances. Les données sur les programmes existants recueillies par les sections de l'éducation des trois musées permettront de recenser à la fois les programmes destinés à des publics variés et ceux offerts sur le Web, ainsi que par des modes de prestation traditionnels.
- Nombre de partenariats axés sur la diversité – La capacité de la Société de joindre des clientèles diverses sera fonction de sa collaboration avec un grand nombre de communautés. Tant les données existantes sur les partenariats antérieurs que l'information sur les nouveaux partenariats seront consignées dans une base de données. Celle-ci sera un outil utile au personnel de la Société chargé de planifier des projets qui contribuent à l'atteinte de l'objectif de diversité et d'en rendre compte.



COLLECTIONS EXCEPTIONNELLES

(1.1 Préservation du patrimoine)

Ce pilier du succès vise à appuyer le mandat de la Société visant « la constitution, l'entretien et le développement d'une collection d'objets scientifiques et techniques ». Cette collection nationale doit être représentative, importante et reconnue.

Un des défis de taille de la Société est de réunir de l'information sur la collection dans son ensemble, la préserver et la conserver. Étant donné que la majeure partie de la collection n'est pas exposée, il est important de la rendre accessible autrement. À titre de gardien de cette collection nationale, la Société s'efforcera de répondre aux besoins des éducateurs, des historiens, des conservateurs et d'autres amateurs.

Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé trois objectifs pluriannuels au regard desquels elle pourra évaluer dans quelle mesure elle gère les collections exceptionnelles.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC réalisera 66 % de la stratégie de développement de la collection. (1.1 Préservation du patrimoine, 1.1.2 Développement de la collection)

La stratégie de développement de la collection (SDC), fondée sur le thème conceptuel « La transformation du Canada », guide la Société dans le développement de sa collection. Elle définit à la fois un concept intellectuel et des modes d'exploitation à l'intention du personnel. La recherche historique a pour résultats des évaluations historiques qui définissent et analysent les concepts, les idées, les sujets et les aspects qui sont importants dans chacun des grands domaines.

À la suite d'une évaluation historique, on peut effectuer une évaluation de la collection qui comporte trois volets : la collection idéale ; un aperçu de la collection existante ; et les besoins de la collection, établis par le biais d'une comparaison entre la collection idéale et la collection existante. Ce processus permet de déterminer les objets ou catégories d'objets à acquérir et les objets à retirer de l'inventaire. Par conséquent, la stratégie de développement de la collection comprend des éléments cruciaux qui permettent à la Société de prendre des décisions éclairées sur le contenu de la collection.

La mise en œuvre de la SDC est liée au développement même de la société canadienne. La Société, selon son mandat, doit s'assurer que la SDC évolue parallèlement aux sciences, à la technologie et à l'innovation. À cet effet, deux de ses principaux éléments – les évaluations historiques et les évaluations de la collection – font l'objet de mises à jour périodiques.

L'objectif pour la présente année consiste à mener à bien 40 % de la stratégie de développement de la collection.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC abritera adéquatement environ 65 % de la collection. (4.1 Installations, 4.1.1 Projet d'immobilisations)

La capacité d'abriter adéquatement la collection est directement liée au processus de développement de la collection (lequel détermine les acquisitions et les aliénations), à la capacité de

garantir la régulation des conditions ambiantes et l'espace suffisant. Malgré ces contraintes, nous réaliserons des progrès considérables dans notre capacité d'abriter la collection convenablement.

L'objectif pour la présente année consiste à abriter adéquatement 55 % de la collection.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC fournira de l'information sur 75 % de la collection. (1.1 Préservation du patrimoine, 1.1.3 Gestion de la collection)

La documentation relative à chaque objet comprend tous les documents d'origine de même que de l'information sur son importance, son niveau de catalogage au regard des normes de la SMSTC, ainsi que l'existence ou non d'images numériques.

Une fois la documentation complète et avec le nouveau logiciel de gestion de la collection, la Société pourra établir un lien entre son site Web et certains champs dans les dossiers des pièces de la collection qui répondront au critère « documenté » et dont 95 % comporteront des images numériques.

L'objectif pour la présente année consiste à consigner les renseignements établis sur 53 % des pièces de la collection. La Société a jusqu'ici fait simplement état du pourcentage des pièces de la collection cataloguées selon les normes établies de la SMSTC. Or, pour constituer et conserver une collection exceptionnelle, la Société entend élargir la portée de ses évaluations de manière à pouvoir établir l'utilité pour le public du dossier de la pièce de la collection mis à sa disposition sur le site Web. Dans ce but, elle indiquera désormais non seulement le niveau de catalogage du dossier de la pièce, mais aussi la présence ou non dans le dossier d'information sur son importance et l'existence ou non d'images numériques. Le pourcentage des pièces de la collection documentées renverra désormais aux pièces pour lesquelles est consignée cette combinaison de renseignements – niveau de catalogage, importance et image numérique – ; celui-ci s'élève actuellement à 49 %.

Principales initiatives

Au cours des cinq prochaines années, la Société entreprendra une série d'initiatives prioritaires qui contribueront à la réalisation des objectifs mentionnés précédemment. Certaines sont relativement nouvelles tandis que d'autres sont le prolongement du travail en cours depuis quelques années.

Plan de recherche historique (1.1. Préservation du patrimoine, 1.1.1 Recherche)

L'objectif pluriannuel tient compte des étapes de la SDC franchies jusqu'à maintenant ainsi que de celles prévues dans le plan d'entreprise de 2006-2007 à 2010-2011. Il s'agit des premières versions d'évaluations historiques (É.H.) et d'évaluations de la collection (É.C.). Les évaluations historiques visées pourraient être réalisées d'ici 2015 (selon les ressources disponibles). La réalisation des évaluations de la collection constitue un énorme défi du fait de leur grand nombre et du manque de ressources humaines disponibles pour les achever.

Le plan de recherche historique pour la période de planification 2006-2007 à 2010-2011 comprend des projets de recherche primaires, par exemple les nouvelles évaluations historiques et les mises à jour des évaluations historiques, et des projets de recherche secondaires, comme des aperçus de collection, des essais Web et des projets liés à une exposition. Le plan de recherche historique portera sur les principaux domaines, dont l'agriculture, l'aviation, les communications, la fabrication, les ressources naturelles, l'instrumentation scientifique, les transports et d'autres sujets multidisciplinaires.

Le plan de recherche historique figure au tableau 6.

TABLEAU 6

Plan de recherche historique 2006-2011

GRANDS DOMAINES	ANNÉE	UTILISATION	PROJETS DE RECHERCHE
Multidisciplinaire	2006-2007	Site Web	MSTC/Collection de photos du CN
	2006-2011	Exposition et site Web	Panthéon
Agriculture	2006-2007	Recherche bibliographique	L'agriculture au Canada – examen des recherches primaires existantes
	2008-2009	É.H.	L'agriculture indigène jusqu'aux contacts avec les Européens
Aviation	2006-2007	É.H.	Le vol en ballon au Canada
		É.H.	L'aviation de brousse I (1919-1940)
		Site Web	Le pouvoir de voler
		Site Web	Avion de construction artisanale
		Site Web	Construction des aéronefs au Canada
	2007-2008	É.H.	L'aviation légère et générale au Canada
		É.H. (début)	Transport aérien commercial I (1930-1970)
	2008-2009	Site Web	Ralliement aérien pancanadien
		É.H. (fin)	Transport aérien commercial I (1930-1970)
	2009-2010	Site Web	Cent ans de vol au Canada
É.H. (fin)		L'aviation de brousse II (1940-2000)	
É.H. (fin)		Les pionniers de l'aviation au Canada	
2010-2011	Site Web	Programme d'entraînement aérien du Commonwealth	
	É.H. (début)	Transport aérien commercial II (1970-2000)	
Communications	2006-2007	É.H. mise à jour	Enregistrement sonore
		É.H.	Musique électronique
		Aperçu d'une collection	Photographie
	2007-2008	É.H. mise à jour	Reliure
		É.H. mise à jour	Photographie
	2008-2009	É.H. mise à jour	Cinéma
		É.H. mise à jour	Téléphonie
Fabrication	2006-2007	É.H.	Textiles II
	2007-2008	Aperçu d'une collection	Machines-outils
		É.H. (début)	Électrochimie
2009-2010	É.H. (début)	Électronique	
Ressources naturelles	2008-2009	É.H. mise à jour	Technologie nationale
	2009-2010	É.H. mise à jour	Exploitation minière
Instrumentation scientifique	2006-2007	É.H. mise à jour	Instruments scientifiques
		É.H.	Technologie de l'information
		Aperçu d'une collection	Horloges
	2007-2008	É.H. mise à jour	L'espace
		Aperçu d'une collection	Ordinateurs
	2008-2009	É.H. mise à jour	Astronomie
		É.H. mise à jour	Exploration et arpentage
	2010-2011	Aperçu d'une collection	Calculateurs

TABLEAU 6

(suite)

GRANDS DOMAINES	ANNÉE	UTILISATION	PROJETS DE RECHERCHE
Transports	2006-2007	É.H. (fin)	Voirie et société
		É.H.	Océanographie
		Aperçu d'une collection	Moteurs amovibles
	2007-2008	É.H. mise à jour	Les bicyclettes
	2008-2009	É.H. (début)	Technique de lutte contre les incendies
		É.H. (début)	Génie des véhicules automoteurs
		Aperçu d'une collection	Carrioles et voitures
	2009-2010	É.H. (fin)	Technique de lutte contre les incendies
		É.H. mise à jour	Appareils de navigation
	2010-2011	É.H. (début)	Véhicules hippomobiles

Évaluation de la collection (1.1 Préservation du patrimoine, 1.1.2 Développement de la collection)

L'évaluation de la collection pour la période 2006-2007 à 2010-2011 comprend des sujets monographiques particuliers dans un grand nombre de domaines importants, à savoir l'agriculture, l'aviation, les communications, la fabrication, les ressources naturelles, l'instrumentation scientifique et les transports.

Le plan d'évaluation de la collection figure au tableau 7.

Gestion de la collection (1.1. Préservation du patrimoine, 1.1.3 Gestion de la collection)

Les deux principales fonctions propres à la gestion des objets acquis sont la tenue de dossiers et la conservation. L'amélioration la plus importante à l'infrastructure des TI l'an dernier a été l'utilisation, pour une première année complète, d'un système logiciel conçu pour permettre l'accessibilité de l'information sur la collection à un public élargi.

Au cours des années à venir, la Société mettra en place des procédures pour publier les données et les images de la collection sur Internet de sorte que celle-ci soit accessible dans le monde entier. Cet exercice représentera une amélioration marquée de la capacité de la Société à joindre tous les Canadiens.

La Société effectuera une analyse du taux de catalogage des lots d'entrée non catalogués. Les objets qui arrivent aux entrepôts de la collection de la Société sont dotés d'un numéro d'entrée avant d'être si possible catalogués. La plupart de ces lots d'entrée sont intégrés à la collection ; en général, un lot donne lieu à cinq dossiers catalogués. La Société dispose actuellement de 900 lots d'entrée qui représentent quelque 4 500 pièces en attente de catalogage.

La mise en œuvre de la SDC, surtout depuis 1986, a permis de grandement améliorer la documentation. Certains dossiers demeurent incomplets, surtout les plus anciens et ceux du matériel acquis par d'anciens employés. La Société devra embaucher deux documentalistes pour réaliser son objectif quinquennal, conformément à sa nouvelle définition de pièce cataloguée.

La Société procédera aussi à une évaluation des zones d'entreposage de la collection en fonction de l'établissement de nouvelles normes relatives à l'environnement et établira un plan d'action en vue de la réalisation de l'objectif quinquennal.

TABLEAU 7

Plan d'évaluation de la collection 2006-2011

GRANDS DOMAINES	ANNÉE	SUJETS
Agriculture	2006-2007	Batteuses
	2007-2008	Industrie laitière – équipement
	2008-2009	Sources d'énergie inanimées
	2009-2010	Clôtures et accessoires
	2010-2011	Vergers et vignobles – équipement
Aviation	2006-2007	Moteurs
	2007-2008	Hélices
	2010-2011	Aviation légère et aviation générale
Communications	2006-2007	Radio (début)
	2007-2008	Radio (fin)
	2007-2008	Photographie
	2008-2009	Imprimerie II
	2009-2010	Reliure
	2010-2011	Son (mise à jour)
Fabrication	2007-2008	Outils et matrices
	2009-2010	Textiles
	2010-2011	Machines-outils
Ressources naturelles	2006-2007	Exploitation forestière
	2007-2008	Appareils d'utilisation du gaz
	2008-2009	Compteurs
	2009-2010	Lumière (non électrique)
	2010-2011	Appareils électroménagers (II)
Instrumentation scientifique	2006-2007	Exploration et arpentage
	2007-2008	Médecine
	2008-2009	Mathématiques
	2009-2010	Technologie de l'information
	2010-2011	L'espace (mise à jour)
Transports	2006-2007	Voie ferrée
	2007-2008	Océanographie
	2008-2009	Automobiles
	2009-2010	Technique de lutte contre les incendies
	2010-2011	Véhicules hippomobiles

Mesures

La Société a retenu les six mesures suivantes qu'elle évaluera et révisera chaque trimestre pour déterminer dans quelle mesure elle réalise son objectif de constituer et de conserver une collection exceptionnelle.

- Pourcentage d'objets documentés – suivi selon le nombre considéré documenté.
- Nombre de chercheurs qui utilisent la collection – suivi selon le nombre d'utilisateurs.
- Nombre d'objets prêtés – suivi selon le nombre de prêts, le nombre de jours de prêt, les statistiques sur les lieux et le nombre de visiteurs en provenance des établissements où les objets sont prêtés.
- Pourcentage des objets qui ont un rapport de conservation – suivi selon la catégorie d'objets.
- Étapes de la stratégie de développement de la collection – suivi selon les étapes définies (terminées et en cours).
- Dossiers d'objets en attente de catalogage – suivi selon le nombre de lots d'entrée non catalogués.

PROGRAMMES NOVATEURS

(2.1 Partage des connaissances)

Le pilier du succès « Programmes novateurs » définit la façon dont la Société partage ses collections et ses connaissances avec le public – ou, plus exactement, avec divers publics – dans ses musées, ailleurs ou en ligne, tant les visiteurs de ses expositions que les clients de ses boutiques.

Les musées de la SMSTC ont un public fidèle ; or, celui-ci explore maintenant des avenues et des moyens de diffusion de rechange pour répondre à ses besoins éducatifs et de divertissement. Les trois musées ont fait face à cette situation en adoptant une stratégie globale de développement de produits, en renforçant leurs réseaux professionnels, en consolidant leurs études de marché et en créant des programmes novateurs pour de nouveaux segments de marché.

Ces trois musées entendent créer des milieux ouverts aux idées des employés et des clients. Ces milieux s'adaptent en fonction des préoccupations et des intérêts de l'heure, favorisent l'évolution et font place aux différences. Dans ce contexte, le développement de programmes sera axé sur la réalisation de projets qui répondent aux intérêts et préoccupations des Canadiens par divers modes de prestation.

Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels au regard desquels elle pourra évaluer dans quelle mesure elle conçoit des programmes novateurs.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC abordera des sujets contemporains dans 25 % de ses activités.

Les produits offerts par les trois musées de la Société témoignent de la large assise des compétences et de l'expertise dont nous disposons pour cerner, exploiter et expliquer les liens entre nos collections et notre compréhension des sujets que nous traitons d'une part, et les intérêts et les objectifs de nos clients, d'autre part. Nous excellons dans la présentation d'objets et de pratiques (qui se situent à divers moments du continuum historique) et de leur rapport avec des sujets contemporains. La réalisation de cet objectif passe par le développement de notre capacité – et la reconnaissance de celle-ci – en tant que sites où les Canadiens peuvent espérer participer à des activités qui répondent à leurs intérêts fondamentaux. Il conviendra d'adopter une nouvelle approche d'étude de marché multidimensionnelle aux fins de mieux comprendre nos publics potentiels et leurs préoccupations et de nous tenir au fait des tendances. Nous serons ainsi en mesure de consolider notre capacité de cerner et de traiter des sujets scientifiques, technologiques et sociaux d'actualité.

L'objectif de la Société pour 2006-2007 consiste à aborder des sujets contemporains dans 15 % de ses activités.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, 25 % des programmes de la SMSTC comporteront divers modes de prestation.

Les trois musées de la Société ont au fil du temps démontré leur capacité de maximiser les investissements dans le développement de produits par la création de produits d'accompagnement. Grâce à la consolidation de cette excellente pratique dans un objectif opérationnel, nous faisons en sorte que les intérêts des investisseurs soient maximisés tout en nous assurant de négliger le moins possible le potentiel de segments de marché cible. Le recours à des modes de prestation multiples nous aide aussi à orienter la planification des travaux et à promouvoir l'intégration au sein des divers services de l'organisation. Les travaux visant la réalisation de cet objectif donnent des résultats dès la première année d'application, sous la forme de produits à multiples facettes intelligemment conçus pour combiner les expositions, les activités spéciales et les produits commerciaux. Nous entendons au cours de l'année élaborer parallèlement diverses combinaisons d'expositions, de programmes, de présentations multimédias, de publications et d'autres produits commerciaux dans le cadre d'une approche intégrée du développement de produits.

La Société vise, en 2006-2007, à ce que 15 % de ses programmes comportent divers modes de prestation.

Principales initiatives

Au cours des cinq prochaines années, la Société entreprendra une série d'initiatives prioritaires qui contribueront à la réalisation des objectifs mentionnés précédemment. Certaines sont relativement nouvelles tandis que d'autres sont le prolongement du travail en cours depuis quelques années.

Programme de recherche sur des sujets contemporains et programme d'intervention rapide (2.1. Partage des connaissances)

Les trois musées de la Société s'efforcent d'offrir de riches expériences aux visiteurs – d'exploration, de découverte, d'apprentissage et de discussion – dans des environnements intéressants et fertiles. À cet effet, la Société doit connaître les intérêts et les préoccupations de ses marchés actuels et potentiels, à savoir quels sont les sujets qui leur importent et qu'en apprennent-ils sur ces sujets à la télévision, à l'école et dans leur milieu de travail.

Une fois établis les principaux intérêts du public canadien, les musées seront davantage en mesure d'adopter une approche axée sur les clients, d'accroître la satisfaction des visiteurs et d'attirer de nouveaux publics. La Société met donc en place un programme permanent qui vise à aider les trois musées à se tenir pleinement au fait des sujets d'ordre scientifique, technologique, culturel et social d'intérêt courant sur les scènes régionale, nationale et internationale, et à mieux les comprendre, y compris les avancées importantes en sciences et technologie – physique des particules, biotechnologie et nanotechnologie – et les enjeux sociopolitiques – énergie nucléaire, sécurité alimentaire et changements climatiques. Dans le cadre du programme de recherche sur des sujets contemporains, la Société procédera à des examens attentifs des scènes visées, fera des sondages auprès des clients, analysera l'information recueillie et diffusera les conclusions établies de sorte que les musées aient continuellement accès à un profil récent des enjeux prédominants. Grâce aux résultats générés par ce programme, les musées seront plus aptes à prendre des décisions éclairées, en temps opportun, par rapport à la réalisation des projets nécessaires pour répondre à l'objectif visant les sujets contemporains du cadre stratégique.

La Société entend aussi créer le programme d'intervention rapide qui, à partir des résultats du programme de recherche sur des sujets contemporains, visera à aider les trois musées à élaborer et à mettre en œuvre des activités portant sur des sujets d'intérêt courant. Diverses initiatives d'intervention rapide ont été lancées ces dernières années, avec succès. Grâce au nouveau programme, la Société pourra conserver et développer sa capacité d'intervention rapide, pour consolider ou améliorer la pertinence de ses activités et atteindre, voire dépasser, son objectif visant les sujets contemporains. Le programme sera mis à l'essai en 2006-2007 : y seront affectées des ressources et une équipe d'intervention rapide chargée de mettre en œuvre des activités dans la foulée d'événements courants ou de sujets cernés dans le cadre du programme de recherche sur des sujets contemporains.

Développement de nouveaux produits (2.1. Partage des connaissances)

Dans la foulée de l'adoption du nouveau cadre stratégique, une équipe interfonctionnelle, composée de représentants des trois musées et d'autres axes opérationnels, a été constituée pour établir un processus qui s'appliquera à toutes les activités de création de nouveaux produits importantes à la SMSTC, depuis l'idée jusqu'à la mise en œuvre. Ce nouveau processus s'applique à tous les nouveaux produits, y compris les expositions, les programmes, les contenus Web et les produits commerciaux. Dans le cadre de ce processus, le personnel entreprendra des projets à l'appui des objectifs et des priorités de la Société, de façon à maximiser le rendement du capital investi dans les produits des musées et à mettre au premier plan les besoins et les attentes des intervenants, des investisseurs et des visiteurs lors de la conception des produits.

L'équipe a établi, au cours de la première année, le schéma du processus et des outils pour aider le personnel à exprimer, consigner et échanger leurs idées et préparer des projets de produits. Trois projets pilotes ont été retenus pour mettre le processus à l'essai, et, au cours de la deuxième année, le processus de développement de nouveaux produits sera perfectionné aux fins de mise en œuvre dans l'ensemble de la Société. L'application, dans les trois musées de la Société, d'un processus uniforme de développement des produits permettra l'étude et la transmission justes et précises des décisions lors de la planification et l'établissement de produits plus attrayants pour les investisseurs et plus accessibles pour les clients des segments de marché existants et nouveaux.

Panthéon canadien des sciences et du génie (2.1. Partage des connaissances)

Depuis 1991, le Musée des sciences et de la technologie du Canada abrite le Panthéon canadien des sciences et du génie. Le Panthéon a toujours occupé une place primordiale au sein du Musée et sur son site Web ; depuis 2002, il loge en permanence au cœur de l'exposition **Innovation Canada**. Y est tenue chaque année une cérémonie d'intronisation de nouveaux membres, dont le nombre ne cesse de croître, qui ont contribué de façon exceptionnelle à la société canadienne par l'avancement des sciences et du génie.

Selon la Société, les réalisations mises en valeur au Panthéon forment un éventail important du patrimoine scientifique et technologique du Canada et elles doivent être partagées avec le plus grand nombre de Canadiens possible. En outre, la Société estime qu'il pourrait être viable de recourir au Panthéon pour accroître sa notoriété à l'échelle du pays. Elle évalue actuellement l'exposition, le site Web et la cérémonie d'intronisation, qui seront ensuite intégrés au nouveau processus de développement de produits aux fins d'optimiser le potentiel du Panthéon de joindre et d'inspirer les Canadiens d'un bout à l'autre du pays. En 2006-2007, nous amorcerons l'étape de la mise en œuvre d'un projet visant à développer ce produit de manière à ce qu'il joue un rôle essentiel, à l'échelle nationale, dans la stratégie de diffusion de la Société.

Nouveaux produits et expositions d'envergure (2.1. Partage des connaissances)

La Société a établi, aux fins de planification par rapport au « Partage des connaissances », un plan des expositions quinquennal pour chacun de ses trois musées. Conformément au nouveau cadre stratégique, et appuyée par le nouveau processus de développement de produits, elle a élargi la portée de sa planification à long terme de manière à intégrer, outre les expositions, tous les types de produits qui, pour la plupart, comportent de multiples modes de prestation (expositions, activités et projets Web combinés en un produit accessible de diverses façons).

De nouveaux produits sont déjà en voie d'élaboration dans le cadre de cette approche renouvelée, notamment :

- *Aliments pour la santé*, un produit du Musée de l'agriculture du Canada qui comprend une exposition itinérante, un site Web, un programme scolaire et des expositions-mallettes éducatives ;
- *Autopsie d'un meurtre*, un projet mené en partenariat par le Musée des sciences et de la technologie du Canada, le Centre des sciences de Montréal (à titre de producteur) et le Musée de la civilisation de Québec, qui comportera une exposition, des activités spéciales, et des composantes multimédias ;
- des améliorations au Musée de l'aviation du Canada, dont des rénovations aux aires d'exposition et la planification d'une nouvelle section assorties de produits pertinents, y compris des sites Web et des publications.

La liste des nouveaux produits s'allongera au fil du temps et des plans pluriannuels faisant état de ces produits dotés de divers modes de prestation seront établis, au fur et à mesure de la création de nouveaux projets et de leur analyse dans le cadre du nouveau processus de développement de produits, ainsi que de leur financement au moyen de crédits gouvernementaux, de subventions, de dons et de commandites.

Mesures

La Société a retenu les mesures suivantes qu'elle évaluera et révisera chaque trimestre pour déterminer dans quelle mesure elle conçoit des programmes novateurs.

- Nombre de programmes comportant de multiples modes de prestation – par le nombre et les catégories de composantes.
- Nombre de nouveaux programmes qui mettent en évidence de nouvelles technologies – par le nombre et les types de technologies.

COLLABORATIONS MULTIPLES

(2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien)

L'un des facteurs fondamentaux du succès de la SMSTC repose sur l'établissement d'approches de collaboration visant à augmenter la qualité et la diversité des activités. La SMSTC a conclu un certain nombre de relations avantageuses avec des partenaires, lesquels offrent des services et d'autres contributions en nature.

L'augmentation du nombre de programmes commandités représente un nouveau moyen auquel il faut accorder une grande priorité. En effet, les commandites peuvent représenter des montants importants qui s'ajoutent aux crédits alloués par le gouvernement fédéral. Les commandites peuvent être avantageuses pour chacune des parties concernées, puisqu'elles répondent à leurs objectifs respectifs, et peuvent contribuer à produire un grand nombre d'activités qui ne se réaliseraient pas autrement.

Grâce à son expérience, la SMSTC possède de solides assises sur lesquelles s'appuyer. Grâce au nouveau processus de développement de produits, la Société sera mieux en mesure de créer des produits qui répondent aux besoins de la SMSTC et aux intérêts commerciaux de commanditaires potentiels.

Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels au regard desquels elle pourra évaluer dans quelle mesure elle réussit à établir de multiples collaborations.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC obtiendra annuellement de nouveaux engagements de 2,5 millions de dollars pour des activités commanditées.

(2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien, 3.1.2 Production de recettes)

Dans le cadre de ses collaborations avec plus de 50 commanditaires, dont, récemment, Nortel Networks, les Instituts de recherche en santé du Canada, Santé Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments, la Société s'est aperçue que des partenaires pouvaient être intéressés à investir d'importantes sommes dans ses projets dans le but de réaliser leurs propres objectifs stratégiques. Grâce à une meilleure harmonisation des processus de développement d'entreprise et de nouveaux produits, la Société devrait être davantage en mesure de jumeler ses projets avec les intérêts des commanditaires potentiels. Au cours de chaque année de planification, la Société entend augmenter ses recettes annuelles qui proviennent des activités commanditées.

Pour l'année qui vient, l'objectif consiste à obtenir de nouveaux engagements de l'ordre de 300 000 \$ pour des activités commanditées.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC réalisera un taux de renouvellement cumulatif de 80 % des partenariats. (2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien, 3.1.2 Production de recettes)

Les partenariats, qu'ils soient en nature ou autres, sont extrêmement avantageux pour la Société. Les avantages qu'ils offrent doivent, toutefois, être évalués sur plusieurs années. Autrement, les coûts liés à la conclusion de partenariats peuvent excéder la valeur de ces derniers. Par conséquent, notre capacité d'évaluer dans quelle mesure les partenariats sont bénéfiques aux deux parties, selon leur taux de renouvellement, représentera un indicateur important de réussite.

L'objectif pour la première année consiste à réaliser un taux de renouvellement des partenariats de 70 %.

Principales initiatives

Au cours des cinq prochaines années, la Société entreprendra une série d'initiatives prioritaires qui contribueront à la réalisation des objectifs mentionnés précédemment. Certaines sont relativement nouvelles tandis que d'autres sont le prolongement du travail en cours depuis quelques années.

Nouveau processus de développement de produits (2.1. Partage des connaissances)

Comme il est expliqué en détail sous le pilier « Programmes novateurs », la Société veille à mieux harmoniser ses objectifs visant les commandites et le processus de développement de produits récemment actualisé. Elle axe davantage la création de ses produits sur les clients et investisseurs, à l'appui du pilier « Collaborations multiples ».

Inventaire des collaborations (2.1 Partage des connaissances, 3.1. Activités de soutien)

La Société a établi un inventaire de toutes les collaborations actuellement en cours et elle procède actuellement à leur évaluation en fonction du cadre stratégique et de ses objectifs. Dans le but de respecter les objectifs établis sous le pilier Collaborations multiples, elle s'attache à mieux harmoniser ses objectifs par rapport aux recettes et tous ses autres objectifs et, à cet effet, à déterminer les partenariats à poursuivre et ceux auxquels mettre un terme.

Besoins en ressources humaines liés au pilier Collaborations multiples (3.1. Activités de soutien)

Afin d'atteindre les objectifs liés à ce pilier, et réaliser les attentes et les objectifs liés à sa fonction de développement – y compris les commandites –, la Société doit disposer des ressources humaines suffisantes au sein de structures adéquates. Elle doit aussi avoir les ressources humaines et financières nécessaires pour appuyer le processus de développement de produits et la création d'un inventaire des produits en mesure de susciter un apport en capital apte à lui permettre de réaliser les objectifs établis sous le pilier en question. En outre, la Société doit veiller à ce que les produits qu'elle crée continuent d'être assortis du soutien et des investissements nécessaires aux fins de conserver leur valeur pour ses investisseurs et ses partenaires et permettre l'atteinte de l'objectif de renouvellement des produits fixé.

Programme d'adhésion (3.1 Activités de soutien, 3.1.2 Production de recettes)

Le programme d'adhésion offre aux personnes qui souhaitent visiter régulièrement les trois musées de la Société divers avantages et options d'adhésion. Les membres représentent le plus important pourcentage du bassin de visiteurs réguliers et locaux.

La Société continuera de miser sur un solide programme d'adhésion, pour ce qui est du nombre de participants et des recettes. Elle poursuivra à ce titre ses activités promotionnelles externes et mettra l'accent sur la valeur et les privilèges de devenir membre.

Mesures

La Société a retenu les quatre mesures suivantes qu'elle évaluera et révisera chaque trimestre pour déterminer dans quelle mesure elle réussit à établir de multiples collaborations.

- Nombre d'initiatives relatives aux recettes de la Société – par catégorie de recettes.
- Taux de renouvellement des partenariats – par catégorie.
- Recettes tirées des activités commanditées – par catégorie d'activités.
- Renouvellement des adhésions – par facteur démographique.

PROFESSIONNALISME

(2.1 Partage des connaissances, 3.1 Activités de soutien)

Le professionnalisme de la SMSTC est un élément clé de la réalisation de son mandat.

Le professionnalisme repose d'abord sur des processus et des procédures solides de gouvernance. Des pratiques de gestion et un leadership propres à motiver tous les employés et les orienter dans leur travail doivent aussi être en place. Pour maintenir et accroître le professionnalisme au sein de la Société, il faudra mettre l'accent sur les résultats et le respect des pratiques exemplaires et favoriser l'éthique dans tous les secteurs. En outre, le professionnalisme se manifestera concrètement dans l'organisation grâce au personnel fermement engagé à réaliser ses objectifs.

Bien que le professionnalisme ait toujours constitué un aspect important de l'orientation de la SMSTC, c'est la première fois qu'une section complète du plan d'entreprise est consacrée à des questions de gestion du personnel.

Objectifs pluriannuels

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC réalisera une augmentation annuelle de 5 % de la satisfaction de la clientèle. (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

La clientèle de la SMSTC comprend les utilisateurs de ses services, y compris les visiteurs, les partenaires, les commanditaires, les membres, les bénévoles et les organismes centraux. Nous visons à suivre l'évolution de la satisfaction de la clientèle dans le but de dégager les sujets les

plus importants pour chacun des segments de marché et de déterminer dans quelle mesure nous comblons les écarts de performance.

L'objectif pour 2006-2007 consistera à augmenter de 5 % le taux de satisfaction de la clientèle externe par rapport aux taux de référence établis l'année précédente.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC atteindra un taux de satisfaction de la clientèle interne de 65 %. (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

Le réseau que constitue la clientèle interne d'une organisation est essentiel pour que celle-ci puisse répondre avec succès aux besoins de la clientèle externe. Les employés doivent avoir accès à des services efficaces et efficients pour être en mesure de répondre aux exigences de leurs clients internes, soit les autres employés, et externes, soit les sociétés et les entrepreneurs. La SMSTC s'est engagée à améliorer ses processus internes, à commencer par ses processus de base. Elle a confié à certaines de ses divisions la tâche de sonder leur clientèle interne et d'apporter chaque année les améliorations nécessaires pour donner suite au sondage.

Les progrès dépendront des initiatives visant l'amélioration des processus. L'équipe chargée de l'amélioration du nouveau processus de développement de produits et l'équipe chargée de l'amélioration du processus d'établissement des priorités et de prise de décision devraient vraisemblablement réaliser des projets fructueux au cours de la présente année de planification. Ces projets, décrits plus loin dans le présent plan, sont des exemples de projets d'amélioration qui peuvent être mis de l'avant au cours des cinq prochaines années.

Les objectifs pour 2006-2007 sont :

- pour les services qui ont été évalués en 2005-2006, accroître de 5 % la satisfaction de la clientèle interne par rapport aux taux de référence ;
- pour les services qui n'ont pas été évalués en 2005-2006, effectuer un premier sondage pour établir des taux de référence.

OBJECTIF : D'ici 2009-2010, la SMSTC fera passer à 80 % la proportion de ses employés satisfaits ou très satisfaits. (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

Il est capital de créer un milieu de travail où le personnel est manifestement satisfait de pouvoir contribuer à la réalisation de la vision de la Société. Bien que de nombreuses données empiriques indiquent que la Société est dotée d'une saine culture d'entreprise, la réalisation de sondages, et la détermination des points à améliorer, accroîtront sa capacité de fonctionnement.

L'objectif pour 2006-2007 consiste à accroître de 5 % le taux de satisfaction des employés par rapport aux taux de référence établis dans le premier sondage.

Principales initiatives

Au cours des cinq prochaines années, la Société entreprendra une série d'initiatives prioritaires qui contribueront à la réalisation des objectifs mentionnés précédemment. Certaines sont relativement nouvelles tandis que d'autres sont le prolongement du travail en cours depuis quelques années.

Priorités de la Société et prise de décision (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

L'adoption du cadre stratégique de la SMSTC constitue l'assise des communications relatives à l'orientation stratégique et aux réalisations attendues au sein de la Société. Le défi que doit relever la Société consiste à gérer la réalisation des initiatives d'une manière qui s'inscrive dans la suite logique de ses priorités et qui soit renforcée par une prise de décision au moment opportun. Une équipe chargée de l'analyse des priorités de la Société et de la prise de décision a établi un processus perfectionné et complet qui touche l'analyse de l'environnement, la planification d'entreprise, l'établissement des budgets, le rapport annuel, la planification du travail et les examens trimestriels et à mi-période. Ce processus sera mis en œuvre au cours de l'année à venir.

Sondages auprès de la clientèle externe et plans d'amélioration (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

La Société a toujours évalué la satisfaction des visiteurs et, de temps à autre, la satisfaction d'autres clients. Selon les résultats de ses sondages, la Société élaborera des plans d'amélioration qui viseront les éléments qui sont importants pour les clients et ceux pour lesquels le taux de satisfaction est peu élevé.

Ces plans d'amélioration seront entrepris sur une base interfonctionnelle. Les résultats des sondages et la composition des équipes d'amélioration seront communiqués à tous les employés de la Société.

Sondages auprès de la clientèle interne et plans d'amélioration (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

Au cours de la dernière année, certains des services ont mené des sondages pour dresser la liste des éléments hautement prioritaires pour leur clientèle interne. Il s'agissait de procéder par étapes pour éviter de paralyser l'organisation.

Au cours de l'année à venir, d'autres services mèneront des sondages pour déterminer les éléments extrêmement prioritaires pour leurs clients internes.

Les résultats de ces sondages aideront les divers services – approvisionnement et finances, protection, soutien des TI, édition, dotation, rémunération et avantages sociaux et installations – à établir les priorités de leurs plans de travail. Certains éléments pourraient devenir des priorités à l'échelle de la Société et pourraient faire l'objet des travaux de l'équipe interfonctionnelle d'amélioration des processus.

La Société concevra un programme de récompenses et de reconnaissance qui couronnera les réussites de la mise en œuvre des plans d'amélioration et les progrès notables au chapitre des sondages auprès de la clientèle. Les détails du programme de récompenses et de reconnaissance continueront d'être élaborés au cours de la présente année de planification.

Sondages auprès du personnel et plans d'amélioration (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

La satisfaction des employés est un indicateur éloquent de la capacité de l'organisation d'atteindre ses objectifs. Les données empiriques ne suffisent pas pour évaluer la loyauté et l'engagement des employés. L'année dernière, la Société a mis au point et mené un sondage auprès de ses employés qui visait des enjeux liés à la réalisation de son cadre stratégique.

Selon les résultats de ce sondage, la Société établira des plans d'amélioration qui visent des éléments importants pour les employés et ceux pour lesquels le taux de satisfaction est peu élevé.

Le sondage destiné aux employés sera mené chaque année civile, au moment opportun, de manière à ce que la Société et ses divers services puissent tenir compte de ses résultats dans leurs plans de travail.

Les résultats du sondage seront communiqués à l'ensemble de l'organisation et le processus sera entièrement transparent.

Planification de la relève (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

La Société procédera à une évaluation des compétences, de l'expérience, des possibilités d'avancement et des aspirations de carrière des employés à la lumière de ses besoins actuels et futurs. Cet exercice prendra en considération la croissance anticipée, les nouveaux programmes et le roulement prévu du personnel.

Cette année, la Société élaborera un plan en vue de s'assurer qu'elle est dotée du personnel compétent et expérimenté dont elle prévoit avoir besoin.

Adoption d'un nouveau système d'évaluation des postes (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

En 2005-2006, la Société a mené à bien ses négociations avec l'Alliance de la fonction publique du Canada et adopté un nouveau système d'évaluation des postes. Au début de 2006-2007, on parachèvera les modalités du processus d'appel du nouveau système qui deviendra permanent.

Éthique (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

En 2005-2006, la Société a adopté un nouveau code d'éthique dans le but de guider et d'appuyer les membres du conseil d'administration et du personnel dans la réalisation de leurs responsabilités. Le code vise à conserver et à accroître la confiance du public envers l'intégrité des activités de la Société et à renforcer le respect et l'appréciation à l'égard des rôles des employés de la Société en tant que fonctionnaires.

En 2006-2007, la Société adoptera un code de déontologie pour les employés à l'appui du nouveau code d'éthique.

Mesures

La Société a retenu les quatre mesures suivantes qu'elle évaluera et révisera chaque trimestre pour déterminer dans quelle mesure elle réalise son objectif de professionnalisme.

- Satisfaction de la clientèle – suivi selon le type de clientèle.
- Satisfaction de la clientèle interne – suivi selon les moyennes et les questions de processus.
- Satisfaction du personnel – suivi selon la division.
- Revenus – suivi selon la catégorie.

RÉSUMÉ FINANCIER

2006-2007 à 2010-2011

La Société est confrontée au défi de remplir le mandat qui lui est conféré par la loi – ainsi que de répondre aux objectifs gouvernementaux et aux exigences croissantes d'un environnement social et technologique en évolution – au moyen de ressources financières depuis toujours les plus faibles des quatre musées nationaux. La Société a accusé un manque à gagner les deux dernières années imputable surtout à l'augmentation des coûts fixes de gestion des installations qui n'a pas été compensée par une augmentation des crédits parlementaires. La situation financière s'est détériorée au point que les fonds discrétionnaires pour les activités de programme sont presque tous disparus. En outre, de nouveaux facteurs exercent des pressions sur ses ressources financières, soit une perte d'exploitation enregistrée au terme du dernier exercice et la hausse des coûts suivant la mise en œuvre d'un nouveau système de classification des postes. Si la Société ne reçoit pas les fonds nécessaires pour assumer les coûts d'exploitation des nouvelles installations au Musée de l'aviation du Canada, elle sera confrontée à de graves difficultés financières qui porteront atteinte à sa capacité de remplir son mandat.

La Société subit des pressions, quant à ses fonds d'exploitation, auxquelles sont soustraites les autres institutions du même ordre qui ont déjà eu la possibilité de centraliser leurs services et d'obtenir de nouvelles installations. En outre, la Société doit absorber des déséconomies associées à l'exploitation de trois installations publiques distinctes tenues d'offrir en partie les mêmes services, compte tenu des normes de santé et de sécurité et du fonctionnement de base de la Société.

La Société a la responsabilité de gérer, depuis 1994-1995, à la fois les immeubles de la Couronne qu'elle occupe et un certain nombre de bâtiments loués qu'elle utilise pour entreposer des pièces de collection et loger ses employés. Les coûts fixes liés à la gestion des installations, y compris le loyer, les services publics, les taxes foncières, les réparations et l'entretien, ont grimpé et représentent 32 % des fonds alloués à la SMSTC. La tendance à la hausse des coûts va se poursuivre compte tenu de la hausse actuelle des frais de réparation et d'entretien nécessaires aux bâtiments qui prennent de l'âge – surtout pour le Musée des sciences et de la technologie du Canada dont le bâtiment continue de dépasser sa durée de vie économique. Étant donné que le mécanisme de financement auquel elle a actuellement accès pour les besoins de ses installations ne fait l'objet d'aucune indexation, la Société subit des pressions financières touchant les activités qui font partie de son mandat. Afin de mieux répondre aux besoins actuels et à long terme de la Société, il y aurait lieu de moduler le processus de financement sur celui le plus largement utilisé au gouvernement fédéral pour les immeubles de la Couronne. Des écarts semblables existent sur le plan des enveloppes et des rajustements salariaux établis dans le cadre des négociations collectives.

Les crédits alloués pour 2005-2006 de 24 446 000 \$ ont été assortis d'un montant forfaitaire de 1,4 million de dollars affecté au financement des dépenses d'exploitation et d'entretien des nouvelles installations du Musée de l'aviation du Canada. Des fonds sont prévus pour la présente année, mais une solution à long terme n'a pas encore été définie. La Société a besoin d'un financement permanent pour assumer ces dépenses, faute de quoi les répercussions sur ses activités seront dévastatrices : elle n'est de fait pas en mesure de préserver sa structure actuelle tout en absorbant un manque à gagner de 1,5 million de dollars.

La Société, dans l'optique constante d'amoindrir les pressions financières auxquelles elle fait face, poursuivra ses efforts pour accroître son efficacité et trouver des façons de s'acquitter de ses responsabilités et d'atteindre ses objectifs avec plus d'efficacité. Elle aura principalement recours à des partenariats, des commandites et des collectes de fonds pour le développement de projets et d'activités. Ses activités productrices de recettes rapportent actuellement un montant brut de 4 millions de dollars, contre 1 million en 1990. Cette croissance est certes impressionnante, mais – en dépit des efforts déterminés pour économiser et obtenir d'autres sources de financement –, les recettes nettes, une fois soustraits les coûts engagés pour générer ces recettes, ne devraient normalement pas augmenter suffisamment les ressources à la disposition de la Société pour lui permettre de réaliser son plein potentiel.

L'innovation, les sciences et la technologie, figurent toujours parmi les priorités du gouvernement fédéral et la Société est bien placée pour jouer un rôle important dans l'atteinte de ces objectifs publics. Pour y arriver, elle doit cependant avoir la capacité de répondre aux progrès dans ces domaines à la fois en préservant le patrimoine et en diffusant les connaissances. Dans le but de disposer des ressources financières dont elle a besoin pour relever ces défis, tout en continuant de mener à bien les activités qui font partie de son mandat, la Société poursuivra les efforts entrepris auprès du ministère du Patrimoine canadien et des organismes centraux pour accroître ses fonds d'exploitation.

Production de recettes

La production de recettes procure un moyen d'obtenir des fonds qui s'ajoutent aux crédits parlementaires et elle contribue ainsi à la réalisation du mandat de la Société. Le succès des activités productrices de recettes repose sur une bonne connaissance du marché et sur la conception de produits attrayants et vendables.

La Société continuera de surveiller activement ses recettes au cours de la période visée. L'accent sera toujours mis sur des initiatives de coopération, des partenariats et le développement de produits axés sur le marché. De nouveaux investissements seront nécessaires pour accroître substantiellement les recettes de base. Or, le manque de fonds discrétionnaires freine actuellement les efforts de la Société pour accroître les investissements. Les recettes nettes, compte tenu de la hausse des coûts de la main-d'œuvre et les coûts matériels, feront l'objet d'un suivi étroit puisque ce sont ces sommes qui peuvent s'ajouter aux crédits alloués à la Société.

Note : Les recettes découlant des activités du développement d'entreprise varient d'une année à l'autre en fonction des possibilités de commandite et de collecte de fonds. Les budgets sont ajustés annuellement à l'intérieur d'une moyenne quinquennale et des objectifs précis sont établis pour la première année du plan. Il faut également noter que les dons en nature n'apparaissent pas dans le total du budget du développement d'entreprise.

RÉSUMÉ FINANCIER POUR LES EXERCICES PRÉCÉDENTS ET EN COURS,
ET POUR LA PÉRIODE DE PLANIFICATION
(en milliers de dollars)

	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
BILAN							
ACTIF							
À court terme							
Encaisse et placements à court terme	5 853 \$	1 446 \$	478 \$	(966) \$	(2 408) \$	(3 854) \$	(5 319) \$
Débiteurs							
– Ministères	915	1 250	900	900	900	900	900
– Autres	282	300	275	275	275	275	275
Stocks	440	450	400	400	400	400	400
Frais payés d'avance	598	400	400	400	400	400	400
	8 088	3 846	2 453	1 009	(433)	(1 879)	(3 344)
Encaisse et placement affectés	277	250	250	250	250	250	250
Collection	1	1	1	1	1	1	1
Immobilisations	56 474	55 463	54 149	52 731	51 209	49 888	48 957
	64 840 \$	59 560 \$	56 853 \$	53 991 \$	51 027 \$	48 260 \$	45 864 \$
PASSIF ET AVOIR DU CANADA							
À court terme							
Créditeurs et charge à payer							
– Ministères	337	275	275	275	275	275	275
– Autres	5 369	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500
Portion à court terme des avantages sociaux futurs	414	350	350	350	350	350	350
Revenus reportés	872	500	500	500	500	500	500
	6 992	3 625	3 625	3 625	3 625	3 625	3 625
Avantages sociaux futurs	1 598	1 625	1 650	1 675	1 700	1 725	1 725
Apports reportés	277	250	250	250	250	250	250
Financement des immobilisations reporté	46 373	45 363	44 049	42 631	41 109	39 788	38 857
Avoir du Canada	9 600	8 697	7 279	5 810	4 343	2 872	1 407
	64 840 \$	59 560 \$	56 853 \$	53 991 \$	51 027 \$	48 260 \$	45 864 \$

RÉSUMÉ FINANCIER POUR LES EXERCICES PRÉCÉDENTS ET EN COURS,
ET POUR LA PÉRIODE DE PLANIFICATION
(en milliers de dollars)

	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
ÉTATS DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA							
REVENUS							
Droits d'entrée							
Sciences et technologie	921 \$	925 \$	950 \$	975 \$	975 \$	975 \$	980 \$
Aviation	500	410	515	515	520	520	525
Agriculture	352	350	335	335	340	340	350
Autres	605	545	625	635	645	650	675
Activités commerciales	1 033	990	959	950	950	975	975
Développement d'entreprise	555	400	850	900	1 100	1 250	1 250
Intérêts	212	140	120	120	120	120	120
Total des revenus	4 178 \$	3 760 \$	4 354 \$	4 430 \$	4 650 \$	4 830 \$	4 875 \$
DÉPENSES							
Préservation du patrimoine	3 904	4 933	4 591	4 409	4 434	4 391	4 391
Partage des connaissances	9 203	10 360	10 692	10 327	10 567	10 567	10 467
Activités de soutien	5 786	6 460	6 089	6 589	6 364	6 409	6 364
Installations	8 046	8 550	8 721	8 895	9 073	9 255	9 440
Amortissement des immobilisations	1 989	2 291	2 570	2 674	2 778	2 577	2 186
	28 928 \$	32 594 \$	32 663 \$	32 894 \$	33 216 \$	33 199 \$	32 848 \$
Excédent des dépenses sur les revenus	(24 750)	(28 834)	(28 309)	(28 464)	(28 566)	(28 369)	(27 973)
Crédits parlementaires*	24 007	27 931	26 891	26 995	27 099	26 898	26 507
Bénéfice net (Perte nette)	(743)	(903)	(1 418)	(1 469)	(1 467)	(1 471)	(1 466)
Avoir du Canada au début de l'exercice	10 343	9 600	8 697	7 279	5 810	4 343	2 872
Surplus d'apport	(743)	(903)	(1 418)	(1 469)	(1 467)	(1 471)	(1 466)
Avoir du Canada à la fin de l'exercice	9 600 \$	8 697 \$	7 279 \$	5 810 \$	4 343 \$	2 872 \$	1 407 \$

*Les crédits parlementaires ont été présentés selon la méthode de comptabilité d'exercice.

Crédits parlementaires	29 653	24 446	25 577	25 577	25 577	25 577	25 577
Ajustement aux crédits	988	2 474	0	0	0	0	0
Montant utilisé pour l'achat de biens immobilisés amortissables	(8 623)	(1 280)	(1 256)	(1 256)	(1 256)	(1 256)	(1 256)
Amortissement du financement des immobilisations reporté	1 989	2 291	2 570	2 674	2 778	2 577	2 186
Crédits parlementaires présentés dans les états financiers	24 007 \$	27 931 \$	26 891 \$	26 995 \$	27 099 \$	26 898 \$	26 507 \$

RÉSUMÉ FINANCIER POUR LES EXERCICES PRÉCÉDENTS ET EN COURS,
ET POUR LA PÉRIODE DE PLANIFICATION
(en milliers de dollars)

	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE							
Activités d'exploitation							
Encaisse (clients)	4 179 \$	2 815 \$	4 529 \$	4 230 \$	4 450 \$	4 630 \$	4 675 \$
Encaisse (Crédits parlementaires)	12 908	25 641	24 321	24 321	24 321	24 321	24 321
Décaissements (employés et fournisseurs)	(25 026)	(33 084)	(30 018)	(30 195)	(30 413)	(30 597)	(30 662)
Intérêts reçus	212	140	120	120	120	120	120
Total des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	(7 727)	(4 488)	(1 048)	(1 524)	(1 522)	(1 526)	(1 546)
Activités d'investissement							
Acquisition d'immobilisations	(17 733)	(1 280)	(1 256)	(1 256)	(1 256)	(1 256)	(1 256)
Augmentation (diminution) de l'encaisse et des placements affectés	(53)	27	0	0	0	0	0
Total des flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(17 786)	(1 253)	(1 256)	(1 256)	(1 256)	(1 256)	(1 256)
Activités de financement							
Financement pour l'acquisition d'immobilisations	17 733	1 280	1 256	1 256	1 256	1 256	1 256
Apports affectés et revenus de placement connexes	107	53	80	80	80	80	80
Total des flux de trésorerie liés aux activités de financement	17 840	1 333	1 336	1 336	1 336	1 336	1 336
Augmentation (diminution) de l'encaisse							
Encaisse et placements à court terme au début de l'exercice	13 526	5 854	1 446	478	(966)	(2 408)	(3 854)
Encaisse et placements à court terme à la fin de l'exercice	5 853 \$	1 446 \$	478 \$	(966) \$	(2 408) \$	(3 854) \$	(5 319) \$

RÉSUMÉ DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT 2006-2007

Le budget de fonctionnement de la Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada pour l'année 2006-2007 se chiffre à 30 217 000 \$. Ce budget s'appuie sur la méthode de comptabilité d'exercice.

RÉSUMÉ DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT

(en milliers de dollars)

	BUDGET 2006-2007	BUDGET 2005-2006
REVENUS		
Exploitation		
Droits d'entrée		
Sciences et Technologie	950 \$	925 \$
Aviation	515	500
Agriculture	335	325
Autres	625	575
	<u>2 425</u>	<u>2 325</u>
Développement d'entreprise	850	700
Opérations commerciales	959	900
Intérêts	120	120
Revenus d'opérations	<u>4 354</u>	<u>4 045</u>
Crédits parlementaires		
Budget des dépenses principal	25 577	24 446
Ajustements des coûts salariaux	—	—
Achat d'immobilisations	(1 256)	(1 256)
Amortissement du financement des immobilisations reporté	2 570	2 982
Total des crédits parlementaires	<u>26 891</u>	<u>26 172</u>
Total des revenus	<u>31 245 \$</u>	<u>30 217 \$</u>
DÉPENSES		
Préservation du patrimoine	4 591	4 285
Partage des connaissances	10 692	9 610
Activités de soutien	6 089	6 931
Installations	8 721	6 475
	<u>30 093</u>	<u>26 710</u>
Amortissement	2 570	2 982
Total des dépenses	<u>32 663 \$</u>	<u>30 283 \$</u>
Surplus (déficit)	<u>(1 418) \$</u>	<u>(66) \$</u>

Hypothèses

Le budget de fonctionnement de 2006-2007 repose sur les hypothèses énoncées ci-après.

Droits d'entrée

Le montant des recettes que l'on prévoit obtenir grâce aux droits d'entrée en 2006-2007 est fondé sur l'hypothèse que la fréquentation augmentera légèrement grâce aux différents programmes qui seront offerts.

Autres

La Société met à la disposition des visiteurs et des autres clients une variété de services selon le principe du recouvrement des coûts. Ces services comprennent les expositions itinérantes, l'exploitation de la ferme et la location de salles. Les recettes découlant de ces services augmenteront légèrement grâce à la location de salles et aux expositions itinérantes.

Opérations commerciales

Les recettes provenant des boutiques de cadeaux et des cafétérias du Musée des sciences et de la technologie du Canada, du Musée de l'aviation du Canada et du Musée de l'agriculture du Canada sont directement tributaires d'un nombre constant et régulier de visiteurs aux musées. On s'attend à tirer un léger profit des ventes de catalogues. On continuera de réviser les résultats et de rectifier les projections dans les plans futurs. Les ventes en ligne constituent une nouvelle source de revenus qui connaissent une croissance légère, compte tenu d'efforts de promotion modérés. D'autres articles de vente au détail permettront de générer des recettes, des guichets automatiques bancaires aux distributeurs de monnaie.

La Société offre également des expériences de simulateur SimExND au MSTC. Comme la technologie de ce simulateur et les films présentés sont démodés, les recettes sont moins élevées. L'équipement approche de la fin de sa vie utile. Il faudra vraisemblablement mettre fin à cette activité si un bris majeur survient.

Intérêts

Cet article touche surtout les produits d'intérêt et les compensations obtenues de la perception des taxes provinciales.

Développement d'entreprise

Les activités de développement d'entreprise comprennent les commandites, les campagnes de financement et le programme d'adhésion.

Crédits budgétaires

Les montants des crédits budgétaires compris dans le plan quinquennal et le budget de fonctionnement de l'année 2006-2007 sont les niveaux de référence approuvés par le Conseil du Trésor à la suite de l'examen du plan financier annuel.

Dépenses

Les dépenses du budget de fonctionnement ont été réparties selon les priorités de la Société conformément au plan d'entreprise.

Engagements importants

La Société a conclu divers engagements se rapportant principalement aux locaux. Les paiements minimums relatifs à ces engagements atteignent 2 186 000 \$ pour 2006-2007.

RÉSUMÉ DU BUDGET DES IMMOBILISATIONS 2006-2007

Le budget des immobilisations de la Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada pour l'année 2006-2007 se chiffre à 1 256 000 \$. Ce budget s'appuie sur la méthode de comptabilité d'exercice.

RÉSUMÉ DU BUDGET DES IMMOBILISATIONS

(en milliers de dollars)

	BUDGET 2006-2007	BUDGET 2005-2006
DÉPENSES		
Préservation du patrimoine	960 \$	976 \$
Partage des connaissances	166	150
Activités de soutien	40	40
Installations	90	90
Total des dépenses	1 256 \$	1 256 \$

Hypothèses

Le budget des immobilisations de 2006-2007 repose sur les hypothèses énoncées ci-après.

Provenance des fonds

Le budget s'appuie sur les niveaux de référence approuvés par le Conseil du Trésor, après analyse du plan financier annuel.

Dépenses

Les installations continuent d'exercer une pression très forte sur la Société. Il faudra apporter une attention prioritaire à la résolution des problèmes d'espace. Le Musée des sciences et de la technologie du Canada a besoin d'un nouveau bâtiment car celui qui l'abrite a déjà dépassé sa propre durée utile prévue. En outre, la collection qui s'enrichit sans cesse est entreposée dans des locaux en deçà des normes. Les ressources allouées à la planification seront donc majoritairement consacrées à ces deux questions.

Les dépenses du budget des immobilisations ont été réparties selon les priorités de la Société, conformément au plan d'entreprise. Une bonne partie des fonds de l'exercice financier 2006-2007 servira à consolider l'infrastructure, ce projet ayant été retardé en raison de pressions financières, et à répondre à la demande de produits éducatifs en fournissant des installations appropriées.

Les dépenses en immobilisations pour appuyer diverses activités ont été affectées à cette activité-là. L'ensemble des systèmes et les réserves en capital font partie des immobilisations.