



# SOCIÉTÉ DU MUSÉE DES SCIENCES ET DE LA TECHNOLOGIE DU CANADA

RÉSUMÉ DU PLAN D'ENTREPRISE  
2005-2006 à 2009-2010

RÉSUMÉ DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT  
2005-2006

RÉSUMÉ DU BUDGET DES IMMOBILISATIONS  
2005-2006



**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
<b>PROFIL DE LA SOCIÉTÉ</b>	
Mandat .....	5
Mission .....	5
Programmes et services .....	5
Structure et liens avec le gouvernement .....	6
Activités de soutien .....	7
<b>ORIENTATION ET CADRE STRATÉGIQUE .....</b>	<b>11</b>
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 .....	22
Programmes novateurs .....	27
Collaborations multiples .....	33
Professionnalisme .....	35
<b>RÉSUMÉ FINANCIER 2005-2006 à 2009-2010 .....</b>	<b>39</b>
<b>RÉSUMÉ DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT 2005-2006 .....</b>	<b>44</b>
<b>RÉSUMÉ DU BUDGET DES IMMOBILISATIONS 2005-2006 .....</b>	<b>46</b>



# 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<sup>er</sup> 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 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.

Le gouvernement du Canada continue de mettre l'accent sur l'importance de renforcer les liens 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 questions 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 entrepris une évaluation des besoins et des coûts relatifs à un nouveau musée des sciences et de la technologie qui permettrait d'abriter et d'exposer adéquatement les réalisations scientifiques et technologiques canadiennes. Les résultats détaillés des études effectuées font état de bon nombre de possibilités à l'égard des étapes de la construction et de l'emplacement du musée. La Société entend chercher activement à obtenir l'approbation de principe pour ce projet et le financement qui lui permettrait d'achever les études préliminaires nécessaires et l'évaluation des coûts.

Au Musée de l'aviation du Canada, des progrès ont été accomplis pour la préservation de la collection de l'aviation grâce à la construction du nouvel hangar d'entreposage. Par ailleurs, de nouveaux locaux seront aussi construits pour abriter adéquatement la bibliothèque et les archives du Musée ainsi que les services administratifs. Dans le cadre de la conception du nouvel hangar, un plan d'aménagement complet a été élaboré pour le site du Musée. Au cours de la période visée, la Société commencera sa recherche de financement pour les étapes ultérieures du projet, à savoir une entrée pour les services d'accueil dans le nouveau bâtiment, une liaison piétonnière entre ce bâtiment et le Musée, un atelier de conservation, un nouvel auditorium et une boutique, ainsi qu'une entrée principale redessinée.

La Société a également déterminé la nécessité de régler certaines questions relatives aux installations du Musée de l'agriculture du Canada dans le but de répondre à la demande croissante du public.

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. La Société 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 nouvelles initiatives.

L'équipe de gestion de la SMSTC, dans le but d'énoncer clairement les principaux objectifs de la Société et de renforcer sa capacité de mesurer le rendement et d'en faire rapport, a élaboré un nouveau cadre stratégique (voir le tableau 1). Le conseil d'administration l'a examiné et approuvé. 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. Le cadre stratégique allie les avantages d'un tableau de bord à la force d'une vision en guise d'assises à la prise de décision. Il facilite l'expression des résultats et la détermination des améliorations requises. Le cadre stratégique comprend les quatre éléments suivants :

- Énoncé de vision – brève déclaration publique sur ce que nous désirons affirmer à propos de la SMSTC d'ici cinq ans
- Piliers du succès – principaux domaines à l'étude; facteurs déterminant l'ensemble de nos réussites
- Objectifs pluriannuels – résultats mesurables comportant des délais précis
- Mesures – résultats évalués à court terme pour indiquer les progrès réalisés

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.

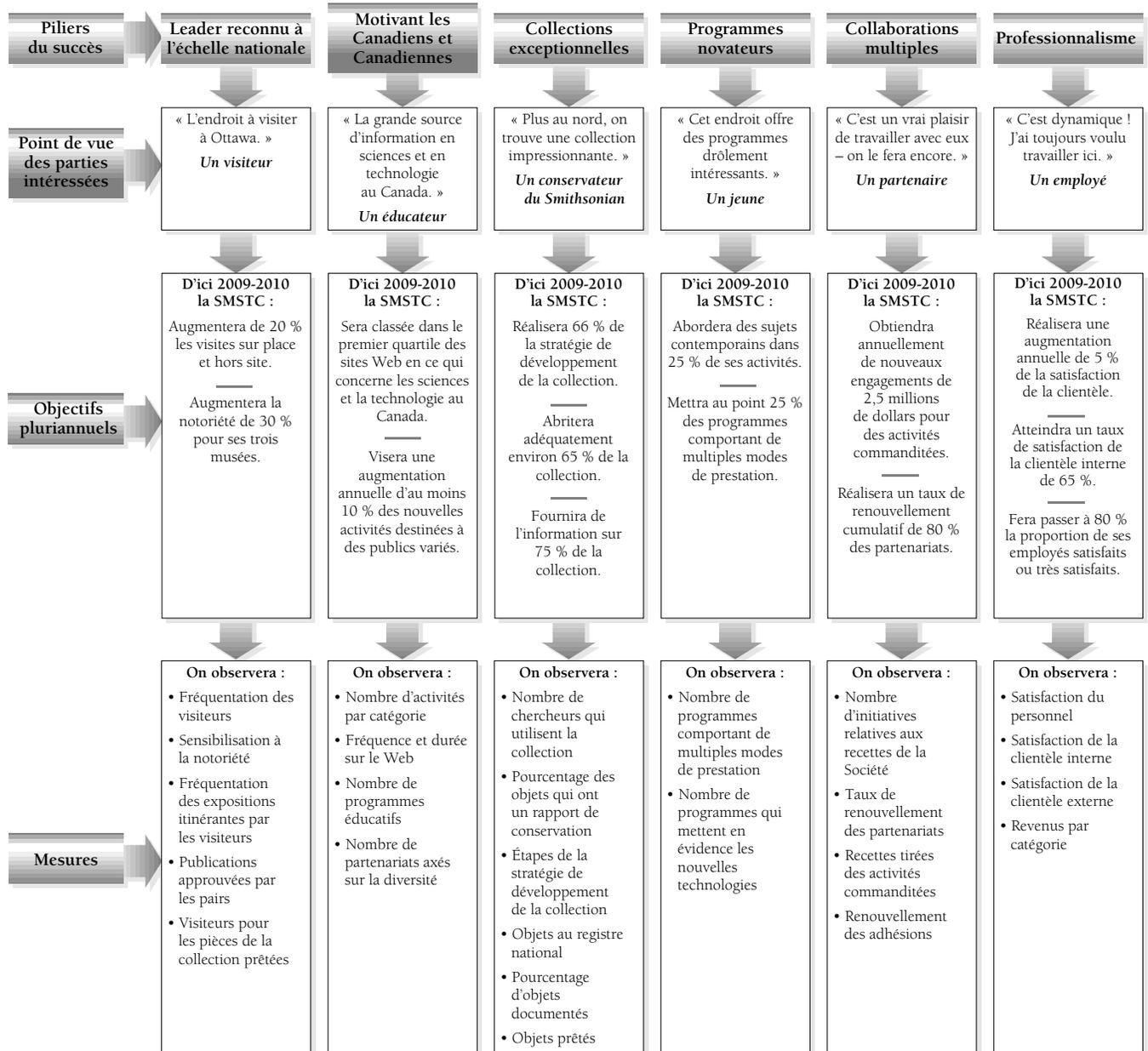
- Leader reconnu à l'échelle nationale (1.1 Préservation du patrimoine, 2.1 Partage des connaissances)
- Motivant les Canadiens et Canadiennes (2.1 Partage des connaissances)
- Collections exceptionnelles (1.1 Préservation du patrimoine)
- Programmes novateurs (2.1 Partage des connaissances)
- Collaborations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

# TABLEAU I

## 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

### Architecture d'activités de programme Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada

#### Activité de programme : Préservation du patrimoine 1.1

SOUS-ACTIVITÉS	SOUS-SOUS-ACTIVITÉS	
Recherche 1.1.1	SMSTC	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	SMSTC	2.1.1.1
	MAvC	2.1.1.2
	MAgC	2.1.1.3
Programmes 2.1.2	SMSTC	2.1.2.1
	MAvC	2.1.2.2
	MAgC	2.1.2.3
Diffusion 2.1.3	SMSTC	2.1.3.1
	MAvC	2.1.3.2
	MAgC	2.1.3.3
Publications 2.1.4	SMSTC	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	SMSTC	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	SMSTC	4.1.1.1
	MAvC	4.1.1.2
	MAgC	4.1.1.3
Gestion des installations 4.1.2	SMSTC	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 tous les Canadiens un sentiment d'identité et de fierté à l'égard des réalisations scientifiques et techniques du Canada.

## PROGRAMMES ET SERVICES

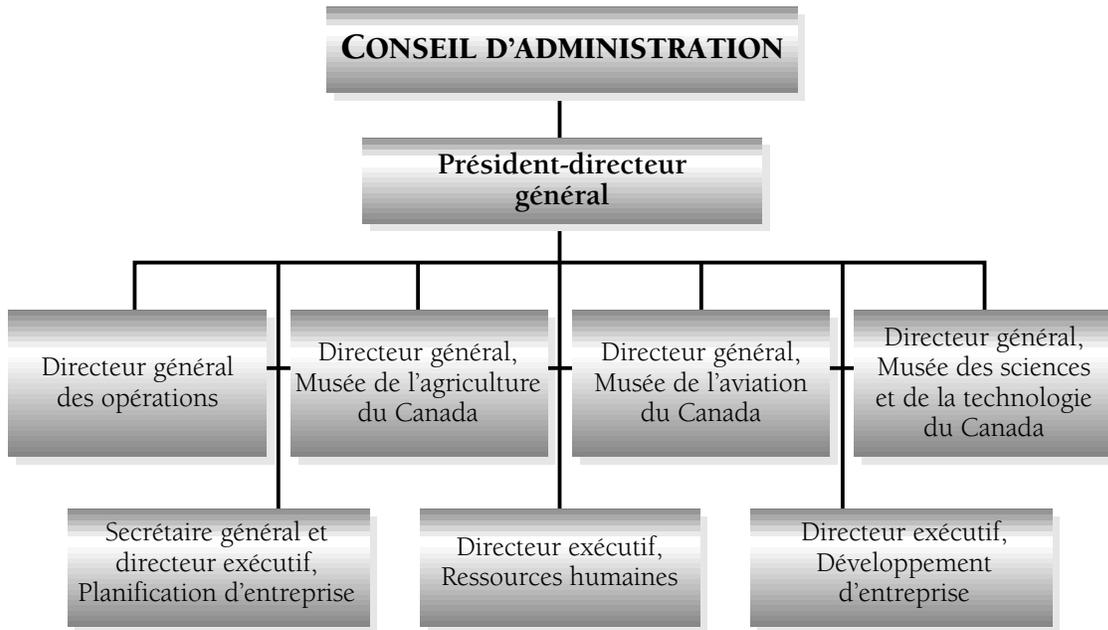
À titre d'établissement national et en tant que composante du portefeuille du Patrimoine canadien, la Société joue un rôle primordial dans la conservation et la protection du patrimoine technologique et scientifique du Canada, ainsi que dans la diffusion des connaissances qui s'y rattachent.

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 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 : 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.

**TABLEAU 3**

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



**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<sup>er</sup> 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 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, le comité de développement et de marketing, le comité des installations majeures, le comité des nominations 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 et du multiculturalisme.

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 230 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 établies et fournit des services de soutien qui sont centralisés (voir le tableau 4).

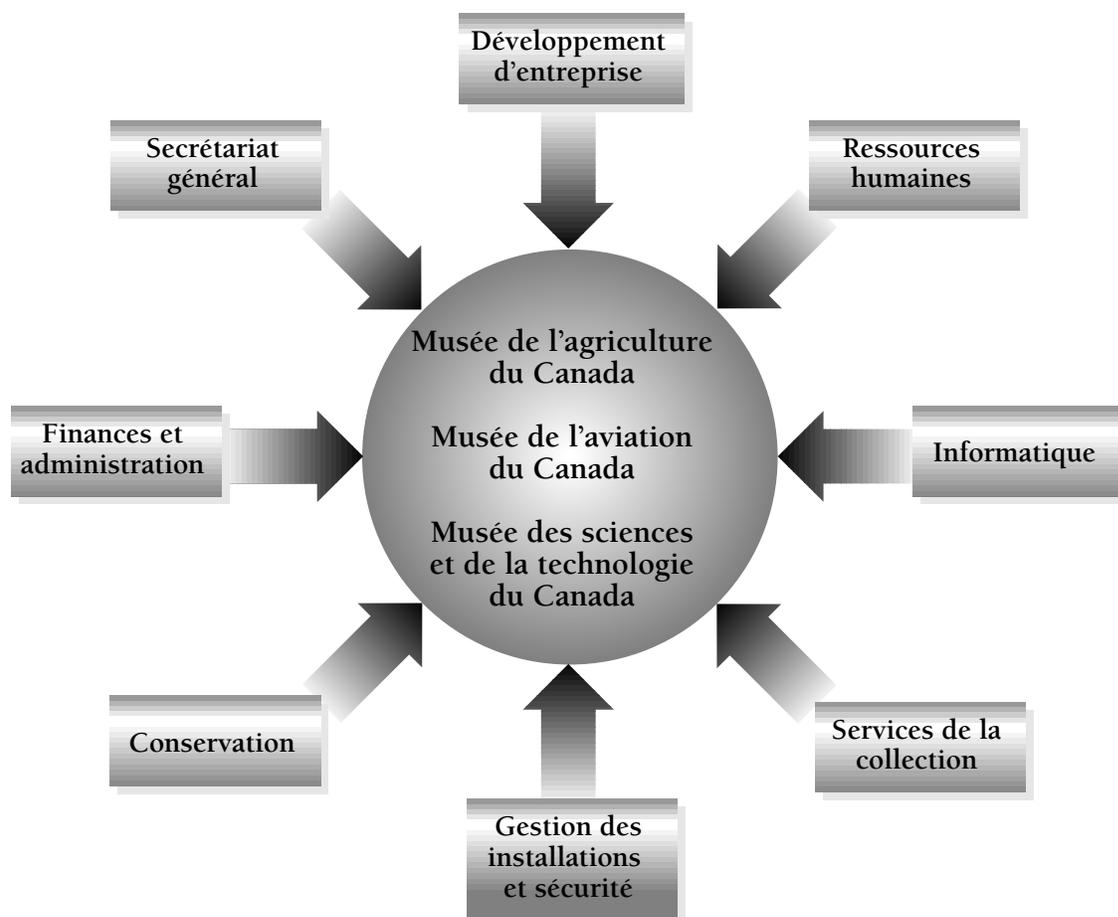
- **Secrétariat général** – Le Secrétariat général voit au fonctionnement du conseil d'administration de la Société; il établit et gère le processus de planification stratégique et le programme de vérification et d'évaluation, et élabore les politiques, les directives et les lignes directrices de la Société ainsi que le processus de planification du travail. En outre, il est responsable des programmes d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels, 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, et du rapport sur les écarts. Cette direction fournit 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** – La Division 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'archivage et à la surveillance des installations. Elle 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.
- **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

**TABLEAU 4**

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



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.

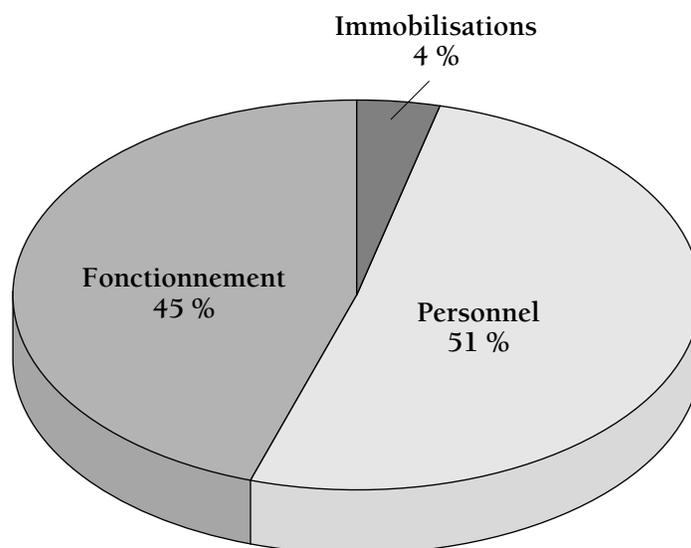
- **Services de la collection** – La Division des services de la collection fournit l'orientation et prodigue des conseils relatifs à l'entretien, à l'accessibilité, à l'entreposage sécuritaire et au déploiement aux trois endroits abritant les collections de la Société. Elle est également responsable 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.
- **Conservation** – 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.

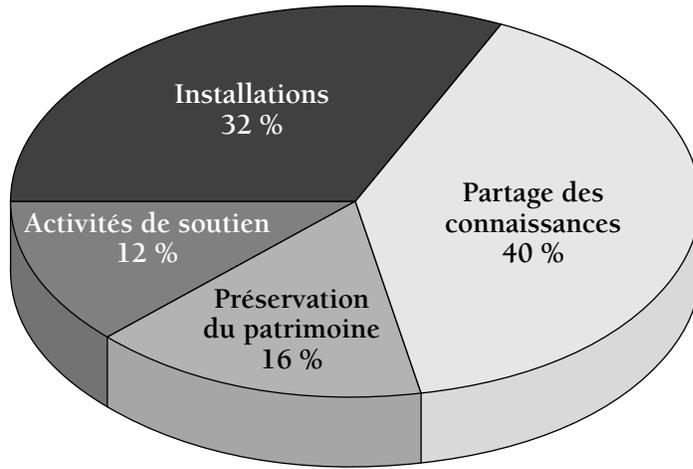
**TABLEAU 5.1**

### 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 influent sur les activités que pourrait entreprendre la Société dans les 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. Il existe, toutefois, des possibilités pour augmenter le public régulier et renforcer l'appui de la population.

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 de questions précises. Enfin, la Société pourra exploiter ses forces tout au long de la période de planification.

Les principaux enjeux internes et externes qui ont été soulevés suivent.

### 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 de la population canadienne*

La diversité croissante de la population canadienne représente un défi pour la Société qui doit offrir des produits et des services culturels appropriés. En 2003, la langue maternelle d'environ 7 % des adultes qui ont visité les trois musées de la Société n'était ni le français ni l'anglais, ce qui est très bas comparativement à la population en général.

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 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***

Des données datant de plusieurs années maintenant démontrent que le Musée canadien des civilisations (MCC) vient en tête de liste parmi les musées de la région pour l'image de marque. C'est le premier musée qui vient à l'esprit de 14 % des Canadiens interrogés sur les musées de la région de la capitale nationale. Combinée à celle du Musée canadien de la guerre, cette proportion atteint 19 % pour la Société du Musée canadien des civilisations (SMCC). Pour la Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada, la proportion s'élève à 13 % pour l'ensemble de ses trois musées.

À cause de leur coût élevé, la plupart des musées nationaux ne lancent pas de grandes campagnes publicitaires à l'échelle nationale et comptent plutôt sur les relations avec les médias et sur les communiqués d'intérêt public. Cette pratique n'est toutefois pas viable. Des campagnes publicitaires à l'échelle nationale et régionale sont essentielles pour faire connaître la Société aux Canadiens ou leur rappeler son existence.

## ***Prix***

En dépit de quelques légères différences de prix entre eux (le MCC est le plus cher et les trois musées de la SMSTC offrent en moyenne le meilleur rapport qualité-prix), 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'a pas été jusqu'ici un important catalyseur de visites. Toutefois, le prix pourrait influencer davantage les visiteurs actuels ou éventuels dans un avenir proche, soit à cause de la réduction de la valeur perçue par rapport à l'âge des expositions, soit à cause de l'attrait de nouvelles activités de loisir.

## ***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, c'est-à-dire que les visites en famille diminuent parce que les enfants font leur visite annuelle au musée avec leur école plutôt qu'avec leurs parents. Cette interdépendance entre l'école et les musées est un aspect à surveiller dans les années à venir.

## **Possibilités externes**

### ***Programme d'innovation***

Le gouvernement fédéral a ciblé l'innovation comme priorité. Par conséquent, la Société peut tirer parti de ce fait dans le cadre de ses activités. En effet, nos musées peuvent illustrer les innovations scientifiques et technologiques du passé tout comme ils peuvent illustrer de quelles façons ces dernières peuvent orienter l'avenir. Nous devons trouver des moyens de contribuer concrètement au programme d'innovation du gouvernement.

### ***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 évolue, 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 les sciences physiques. Les musées de la Société peuvent jouer un rôle d'intermédiaires sur des questions controversées et constituer un facteur efficace de motivation pour les Canadiens dans des domaines scientifiques et technologiques.

### ***Tourisme***

Les trois musées de la SMSTC peuvent toujours tirer parti du tourisme. Bien que le tourisme ait connu une baisse dans les dernières années, nous devons nous concentrer sur les possibilités d'augmenter notre part de marché du secteur touristique et non sur une 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. Étant donné que la vision de la SMSTC est de motiver les Canadiens à explorer le patrimoine scientifique et technique et d'en accroître la diffusion, Internet constitue un nouveau moyen de traiter de questions contemporaines et futures relativement 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 villes, la défense et les Premières nations. C'est donc dans un contexte de priorités établies que nous devons justifier la nécessité de nouvelles installations, notamment pour le Musée des sciences et de la technologie du Canada ou l'expansion continue du Musée de l'aviation du Canada.

En outre, les crédits votés pour les trois musées n'ont pas augmenté au même rythme que les coûts de fonctionnement. La valeur des crédits versés à la Société a diminué de 25 % au cours de la dernière décennie. Nous devons justifier toute demande d'augmentation dans un contexte de contraintes budgétaires.

### ***Compréhension de la clientèle***

Les musées de la Société ont atteint un degré élevé de satisfaction de la part des visiteurs. Toutefois, il faudra mieux comprendre les besoins et les attentes des clients actuels et potentiels si l'on veut régler le problème de la baisse de fréquentation. On devra 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 diversité remarquable 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 d'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 deviennent 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 avec ses activités sur Internet. Par contre, nos sites Web ne figurent pas parmi les principaux portails canadiens en sciences et en technologie. Pour remédier

à cette situation, nous devons devenir un fournisseur de calibre international de contenu et d'activités en ligne. La Société s'est fixé un objectif ambitieux à ce titre : figurer parmi le premier quartile des sites Web canadiens en sciences et technologie d'ici la fin de la période visée; elle procédera à l'étalonnage de ses sites actuels de manière à cerner des projets prioritaires visant à rehausser l'expérience des utilisateurs.

### ***Planification de la relève***

Au cours des cinq prochaines années, un grand nombre d'employés de la Société seront admissibles à la retraite. Les connaissances et les compétences au sein de la Société pourraient par conséquent être menacées. Il sera essentiel d'adopter des mesures proactives afin que la planification de la relève assure la continuité 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 pour accroître le nombre de visiteurs et de commanditaires. La Société entend effectuer un sondage d'opinion pour procéder à l'étalonnage de ses produits par rapport à la « notoriété » et, compte tenu des résultats obtenus, élaborer et mettre en œuvre un programme visant à mieux faire connaître les marques des trois musées.

## **CADRE STRATÉGIQUE**

Traditionnellement, la qualité du travail effectué par le personnel des musées, y compris les services de soutien, est très élevée. Toutefois, à la lumière des défis internes et externes que l'organisation doit relever, le conseil d'administration et l'équipe de gestion sont d'avis qu'il faut adopter une nouvelle approche globale pour que l'organisation continue de progresser et de s'améliorer.

Par conséquent, il a été convenu de mettre en place les cadres de travail appropriés afin que l'ensemble des employés de la Société puissent affirmer ce qui suit :

- 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 – brève déclaration publique sur ce que nous désirons affirmer à propos de la SMSTC d'ici cinq ans
- Piliers du succès – principaux domaines à l'étude; facteurs déterminant l'ensemble de nos réussites
- Objectifs pluriannuels – résultats mesurables comportant des délais précis
- Mesures – résultats évalués à court terme pour indiquer les progrès réalisés

Le cadre stratégique allie les avantages d'un tableau de bord à la force d'une vision en guise d'assises à la prise de décision. Il facilite l'expression des résultats et la détermination des améliorations requises.

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 et pour répondre 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. 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.

- 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 (3.1 Activités de soutien)
- Professionnalisme (3.1 Activités de soutien, 2.1 Partage des connaissances)

## **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 être proactifs et influents. Ils doivent constituer 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 reconnaître nos normes élevées et notre capacité à intégrer rapidement les pratiques exemplaires.

## Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels qui traduiront sa capacité d'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.

L'objectif de la première année s'établit à une augmentation de 4 % des visites sur place et hors site. Les objectifs des années suivantes devront être tout aussi ambitieux si l'on veut atteindre l'objectif 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 qu'elle offre aux Canadiens. À cet effet, la Société mènera les recherches sur l'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 première année, on vise à augmenter la notoriété de 5 %. L'objectif de la première année a été établi en fonction du niveau actuel de sensibilisation à l'image de marque des trois musées qui atteint 13 %. Étant donné que ce point de référence date quelque peu, les objectifs pluriannuels et annuels pourront nécessiter des ajustements au fur et à mesure de la cueillette de renseignements sur les niveaux actuels de sensibilisation des visiteurs.

## 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 éventuels 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 aura recours aux techniques et pratiques employées par d'autres secteurs de l'économie canadienne afin de devenir une organisation axée sur les marchés. Trop souvent par le passé avons-nous réalisé des activités en pensant qu'elles plairaient aux Canadiens (ce qui fut souvent le cas), sans que ces dernières ne reposent sur une compréhension solide des exigences du marché.

Parallèlement, nous retiendrons les services d'une société de commercialisation pour valider le niveau de sensibilisation à l'image de marque 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 axera ses efforts au cours de la première année sur l'étalonnage et la validation des résultats antérieurs comme ceux recueillis par le biais de sa stratégie de marque initiale. 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 d'un nouvel édifice pour abriter le Musée des sciences et de la technologie du Canada restera une priorité au cours de la première année de planification. Un plan de communications sera mis en œuvre pour informer les sociétés d'État et les ministères appropriés, aux fins d'obtenir leur appui. En outre, des études relatives à l'aménagement du site et d'interprétation seront effectuées si des fonds sont alloués à cet effet. Enfin, on demandera à la ministre du Patrimoine canadien d'appuyer la présentation d'un mémoire au Cabinet au printemps 2005.

Le Musée de l'aviation du Canada concentrera ses efforts sur le déménagement des avions et de l'équipement dans le hangar à environnement contrôlé de 8 200 mètres carrés nouvellement construit et sur l'installation dans la nouvelle bibliothèque agrandie sise dans l'annexe au musée. Les nouveaux locaux rehausseront la capacité du musée à fournir des services au milieu universitaire et aux autres chercheurs. La Société est confrontée au problème de ne pas avoir reçu les fonds pour l'exploitation et l'entretien du nouvel hangar d'entreposage et du bâtiment de l'administration prévus dans le budget du projet. Le montant s'élève à quelque 1,4 million de dollars et dépasse largement la capacité financière de la Société. L'absence de financement à ce titre aura des conséquences désastreuses sur les autres activités de la Société. Les discussions avec le gouvernement fédéral se poursuivront afin de résoudre ce problème.

La période de planification coïncide également avec 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.

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 des principaux aspects 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 actuelle de la société canadienne.

## Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels qui traduiront sa capacité d'évaluer dans quelle mesure elle motive réellement les Canadiens et Canadiennes.

**OBJECTIF – D'ici 2009-2010, la SMSTC sera classée dans le premier quartile des sites Web en ce qui concerne les sciences et la technologie au Canada.**

(2.1 Partage des connaissances, 2.1.3 Diffusion)

La diffusion a toujours fait partie du mandat de la SMSTC. Les expositions itinérantes, qui s'adressent aux Canadiens dans leurs collectivités, ont toujours constitué le principal moyen de réaliser cet objectif. Aujourd'hui, la technologie et le contenu Web sont hautement développés et efficaces, et nous fournissent une excellente occasion d'intéresser les Canadiens. Le Web peut devenir pour les gens le moyen par excellence pour explorer, discuter et acquérir de nouvelles connaissances relativement aux sciences et à la technologie et ses applications à leur univers.

D'ici 2009-2010, nous entendons faire des sites intégrés de la SMSTC l'un des plus importants portails des sciences et de la technologie du Canada. Nous allons d'abord définir notre situation actuelle et mettre au point des projets prioritaires en vue d'augmenter l'intérêt des expériences Web pour les visiteurs.

**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 fera 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. À cet effet, il faudra, au titre du développement des nouveaux produits, prévoir des critères pour la prise de décision et, notamment, la réalisation d'objectifs visant des publics divers. De plus, la Société devra avoir recours aux résultats des études de marché pour déterminer le contenu et les exigences technologiques pour réaliser les expositions et programmes pertinents.

La Société visera, au cours de la première année de planification, une augmentation d'au moins 10 % des nouvelles activités destinées à des publics variés. De nouveaux produits, y compris des activités liées aux expositions, des programmes, des produits et des publications Web, seront élaborés en fonction des nouveaux Canadiens et des Autochtones. Selon les résultats des sondages effectués auprès des visiteurs, ces groupes sont sous-représentés dans les musées de la Société et les efforts viseront à les intéresser plus efficacement.

### **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.

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

Au cours de la première année de planification, la Société réalisera une stratégie en matière de technologie de l'information. Cette dernière servira de contexte pour la conception d'un plan Web qui comprendra les besoins en infrastructure et l'introduction, sur deux ans, d'un nouveau contenu Web.

Le plan en question abordera la nécessité de dépasser la reproduction numérique pour concevoir des activités de conservation en ligne. Il inclura les plus récentes applications technologiques, y compris l'interactivité, des fonctions pratiques, des visites virtuelles, la constitution de dossiers pour des aides scolaires et des volets spéciaux destinés aux membres. Enfin, il comprendra le renforcement de la capacité de la Société visant la commercialisation de sa propriété intellectuelle.

#### ***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 se penchera également sur la reconnaissance du savoir traditionnel tel qu'en témoignent les communautés des Premières nations, sur son application particulière et sa contribution aux

domaines des sciences et de la technologie. Au cours de la période de planification, la Société mettra sur pied un programme de stages basé sur le Programme de formation en pratiques muséales destiné aux Autochtones du Musée canadien des civilisations.

La SMSTC participera aussi au Rassemblement national sur le savoir traditionnel et cherchera à établir des partenariats avec la Canadian Aboriginal Science and Technology Society, grâce à sa participation à la conférence bisannuelle prévue en 2005.

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 d'avoir 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 qu'elle évaluera et révisera chaque trimestre pour déterminer dans quelle mesure elle réalise son objectif de motiver les Canadiens et Canadiennes.

- Nombre d'activités par catégorie – Nous évaluerons le nombre d'activités par catégorie pour nous assurer que nous offrons un grand choix d'activités.
- Fréquence et durée sur le Web – Nous concevrons des matrices pour évaluer la quantité et la qualité des expériences Web.
- 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.

## 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 qui traduiront sa capacité d'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 a débuté par l'élaboration du thème conceptuel « La transformation du Canada », lequel nous a aidés à établir le cadre de travail pour la recherche historique. Les évaluations historiques résultant de cette recherche déterminent et analysent les concepts, les idées, les sujets et les aspects qui sont importants dans chacun des grands domaines. Une fois l'évaluation historique terminée, on procède à l'évaluation de la collection qui comporte trois volets : la collection idéale; un aperçu de la collection existante; et les besoins de la collection. On compare alors la collection idéale à la collection existante. Ce processus permet de déterminer les objets ou classes 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 permettant à la Société de prendre des décisions éclairées sur le contenu de la collection.

L'objectif de cette initiative pour la première année consiste à réaliser 66 % 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 Projets 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), et à la capacité de garantir la régulation des conditions ambiantes et l'espace suffisant pour abriter la collection. Malgré ces contraintes, nous réaliserons des progrès considérables dans notre capacité d'abriter la collection convenablement.

L'objectif de cette initiative pour la première 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 article comprend tous les documents d'origine de même que leur signification, leur fonction, leur capacité de fonctionner en toute sécurité, et l'histoire de leurs propriétaires et de leur utilisation.

Après la documentation, et parallèlement à la mise en place d'un nouveau logiciel de gestion de la collection, les utilisateurs du site Web de la Société auront accès à 110 000 images numériques des objets de la collection; c'est-à-dire que la collection sera accessible en ligne.

L'objectif de cette initiative pour la première année consiste à fournir de l'information sur 55 % de la collection.

## **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)

Depuis sa mise en place en 1989, la stratégie de développement de la collection n'a pas été mise complètement à jour. D'importantes mesures ont été prises aux termes de la stratégie, mais des

changements au sein de la structure, du personnel et des niveaux de financement de la Société, de même que l'étude sur la vision pour le MSTC effectuée en 2002-2003, ont eu des incidences sur son application. Il est opportun et essentiel, 16 ans après l'établissement de la stratégie, de la reconsidérer pour veiller à ce qu'elle demeure pertinente et efficace. Étant donné que des membres du personnel de la collection devront axer leurs efforts sur cet examen, des aspects de la stratégie devront être suspendus pour l'exercice 2005-2006.

Le plan de recherche historique sera suspendu pendant la première année de la période visée de sorte que les historiens membres du personnel puissent participer pleinement à l'examen de la stratégie de développement de la collection et collaborer à la rédaction d'une politique de recherche pour la Société.

Le plan de recherche historique pour la période de planification 2005-2006 à 2009-2010 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**  
**2005-2010**

GRANDS DOMAINES	ANNÉE	UTILISATION	PROJETS DE RECHERCHE
Multidisciplinaire	2005-2006	<b>Examen de la stratégie de développement de la collection de la SMSTC</b>	
	2005-2006	Site Web	MSTC/Collection de photos du CN
		Site Web	Centenaire de la Saskatchewan
		Site Web	Centenaire de l'Alberta
	2005-2010	Exposition / site Web	Panthéon
Agriculture	2005-2006	Recherche	L'agriculture au Canada – examen des recherches primaires existantes
	2006-2007	É.H. (fin)	L'agriculture indigène jusqu'aux contacts avec les Européens
	2007-2008	É.H. (fin)	L'agriculture dans l'est et le centre du Canada jusqu'à la Première Guerre mondiale
	2008-2009	É.H. (fin)	Vergers et vignobles au Canada
	2009-2010	É.H. (fin)	L'agriculture dans les Prairies de 1950 à aujourd'hui
Aviation	2005-2006	Site Web	L'aviation de brousse au Canada
		Site Web	Programme de réarmement de l'ARC au cours des années 30
	2006-2007	É.H. (fin)	Le vol en ballon au Canada
		É.H. (fin)	L'aviation de brousse I (1919-1940)
		É.H. (début)	L'aviation légère et générale au Canada
		Site Web	Le pouvoir de voler (moteurs)
	Site Web	Avion de construction amateur au Canada au cours de l'entre-deux-guerres	

(suite)

**TABLEAU 6**

(suite)

GRANDS DOMAINES	ANNÉE	UTILISATION	PROJETS DE RECHERCHE
Aviation (suite)	2007-2008	É.H. (fin)	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	Exposition/Site Web	Cent ans de vol au Canada
		É.H. (fin)	L'aviation de brousse II (1940-2000)
É.H. (fin) Site Web		Les pionniers de l'aviation au Canada Programme d'entraînement aérien du Commonwealth	
Communications	2005-2006	Aperçu d'une collection	Karsh
	2006-2007	É.H. mise à jour	Enregistrement sonore
		Aperçu d'une collection	Photographie
		Aperçu d'une collection	Imprimerie
	2007-2008	É.H. mise à jour	Reliure
	2008-2009	É.H. mise à jour	Photographie
		É.H. mise à jour	Cinéma
2009-2010	É.H. mise à jour	Téléphonie	
Fabrication	2007-2008	É.H. (début)	Textiles II
		Aperçu d'une collection	Machines-outils
		É.H. (début)	Électrochimie
	2008-2009	É.H. (fin)	Textiles II
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. (début)	Technologie de l'information
		Aperçu d'une collection	Horloges
	2007-2008	É.H. mise à jour	Lespace
		Aperçu d'une collection	Ordinateurs
	2008-2009	Aperçu d'une collection	Calculateurs
Transports	2005-2006	Site Web (subvention PPEFP)	Voie ferrée 1
		Site Web (subvention PPEFP)	Voie ferrée 2
		Site Web (subvention PPEFP)	Voie ferrée 3
	2006-2007	É.H. (fin)	Voirie et société
		É.H. (début)	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
	2009-2010	Aperçu d'une collection	Carrioles et voitures
		É.H. (fin)	Technique de lutte contre les incendies
É.H. mise à jour		Appareils de navigation	

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

L'évaluation de la collection pour la période 2005-2006 à 2009-2010 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.

**TABLEAU 7**  
**Plan d'évaluation de la collection**  
**2005-2010**

GRANDS DOMAINES	ANNÉE	SUJETS
Agriculture	2005-2006	Batteuses
	2006-2007	Industrie laitière – équipement
	2007-2008	Sources d'énergie inanimées
	2008-2009	Clôtures et accessoires
	2009-2010	Vergers et vignobles – équipement
Aviation	2006-2007	Moteurs
	2009-2010	Hélices
Communications	2005-2006	Cinéma
	2006-2007	Radio
	2007-2008	Imprimerie II
	2008-2009	Musique électronique
	2009-2010	Reliure
Fabrication	2007-2008	Outils et matrices
Ressources naturelles	2005-2006	Appareils électroménagers
	2006-2007	Lumière (non-électrique)
	2007-2008	Appareils d'utilisation du gaz
	2008-2009	Compteurs
	2009-2010	Exploitation forestière
Instrumentation scientifique	2005-2006	Métrologie
	2006-2007	Exploration et arpentage
	2007-2008	Médecine
	2008-2009	Mathématiques
	2009-2010	Technologie de l'information
Transports	2005-2006	Appareils de navigation
	2006-2007	Océanographie
	2007-2008	Voie ferrée
	2008-2009	Véhicules hippomobiles
	2009-2010	Technique de lutte contre les incendies

### **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 pour la prochaine année est 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.

Dans les années subséquentes, la Société mettra en place des procédures pour publier les données et les images de la collection sur Internet pour faire en sorte qu'elles deviennent accessibles au monde entier. Cet exercice représentera une amélioration marquée de la capacité de la Société à joindre les Canadiens.

La Société procédera aussi à une évaluation des zones d'entreposage de la collection en fonction du développement de nouvelles normes relatives à l'environnement.

### **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 – par la catégorie d'objets documentés.
- Nombre de chercheurs qui utilisent la collection – par le nombre d'utilisateurs.
- Nombre d'objets prêtés – par le nombre et la durée des prêts.
- Pourcentage des objets qui ont un rapport de conservation – par la catégorie d'objets.
- Étapes de la stratégie de développement de la collection – par les étapes définies (terminées et en cours).
- Objets au registre national – par le nombre d'objets à verser au registre.

### **PROGRAMMES NOVATEURS**

#### (2.1 Partage des connaissances)

Les programmes novateurs constituent le volet public de la Société et déterminent dans quelle mesure cette dernière remplit son mandat de « promouvoir la culture scientifique et technique » par « la présentation de procédés et productions de l'activité scientifique et technique, ainsi que de leurs rapports avec la société sur le plan économique, social et culturel ».

Les programmes novateurs doivent capter l'imagination des Canadiens, de sorte que nous puissions atteindre de nouveaux segments de marché, utiliser de nouvelles technologies et renouveler notre pertinence pour les clientèles existantes.

On peut définir l'innovation comme des mesures nouvelles, inattendues et utiles dont les résultats contribuent à l'organisation. Pour stimuler l'innovation, il est crucial de créer un environnement qui récompense la créativité, où le statu quo est remis en question et l'amélioration continue est la norme.

Ce pilier du succès amène la Société à se concentrer sur deux importants éléments. Tout d'abord, assurer que les nouveaux produits prennent fréquemment en considération les sujets contemporains qui intéressent les Canadiens. Ensuite, assurer qu'à l'étape de l'élaboration des programmes, la Société prévoit optimiser l'utilisation du contenu des nouveaux produits par de nombreux modes de prestation, de manière à augmenter sa portée et son accessibilité.

## Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels qui traduiront sa capacité d'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.** (2.1 Partage des connaissances, 2.1.2 Programmes)

La réalisation de cet objectif nécessitera l'obtention des résultats d'études de marché et l'amélioration du processus de développement des nouveaux produits. Nous devons être capables d'intervenir rapidement si nous voulons présenter des programmes sur des sujets contemporains. La Société continuera de procéder à l'affectation de ressources à des projets de petite envergure qui répondent à des questions d'ordre scientifique et technologique actuelles d'intérêt public.

La capacité de concevoir des programmes contemporains repose sur la connaissance des avancées scientifiques et technologiques. La Société prendra les dispositions nécessaires pour se tenir au fait des travaux des centres de leadership en sciences et en technologie.

L'objectif de la première année consiste à aborder des sujets contemporains dans 10 % des activités.

**OBJECTIF – D'ici 2009-2010, la SMSTC mettra au point 25 % des programmes comportant de multiples modes de prestation.** (2.1 Partage des connaissances, 2.1.2 Programmes)

La réalisation de cet objectif nécessite une approche intégrée du développement de nouveaux produits. La présente approche empêche la Société d'optimiser le recours à des modes de prestation de programmes multiples. Concrètement, cet objectif vise à cerner davantage d'expositions physiques qui pourraient être assorties d'expériences virtuelles stimulantes et, éventuellement, de publications créatrices et d'activités dans les musées.

L'objectif de la première année est de mettre au point 10 % des programmes comportant de multiples modes de prestation. Il pourrait s'agir, notamment, d'éléments comme une exposition, des activités sur place, des programmes éducatifs, une publication, du contenu Web et une série de conférences.

## 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.

***Développement de nouveaux produits / Modes de prestation multiples*** (2.1 Partage des connaissances, 2.1.2 Programmes, 2.1.3 Diffusion)

La réalisation du plan stratégique de la Société dépend de sa capacité à concevoir et à présenter de nouvelles activités captivantes (pour attirer davantage de visiteurs), et d'en optimiser le contenu grâce à des modes de prestation multiples (pour attirer différentes catégories de visiteurs).

Lors de l'examen de ses processus de base, la Société a déterminé qu'elle devait en priorité s'attaquer à l'amélioration du processus de développement de nouveaux produits. La façon dont les activités sont élaborées depuis la conception jusqu'au lancement diffère entre nos trois musées et même au sein d'un même musée. Une équipe interfonctionnelle, composée de représentants des trois musées et d'autres axes opérationnels, a donc 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. Le processus de développement de nouveaux produits comportera des orientations claires et utiles, des étapes à suivre, des systèmes de soutien et d'approbation, des lignes directrices et des outils de développement qui permettront aux équipes de développement de produits de créer de nouveaux produits novateurs et efficaces. 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.

Le nouveau processus sera lancé au cours de la première année du présent plan et permettra de raccourcir les périodes de développement, d'augmenter la créativité et d'intégrer des partenaires créatifs, techniques et financiers au moment opportun. En outre, on verra à l'élaboration de plus d'activités assorties de modes de prestation multiples.

***Plan des expositions*** (2.1 Partage des connaissances, 2.1.1 Expositions, 2.1.3 Diffusion)

Chacun des musées possède un plan des expositions pour la période 2005-2006 à 2009-2010. Ils ont trois types d'expositions : à long terme, temporaires et itinérantes.

Les expositions à long terme aident la Société à réaliser ses objectifs et ne requièrent pas l'allocation de nouveaux crédits. Des plans de rajeunissement ont été adoptés pour les expositions dont le contenu intellectuel est dépassé ou des éléments ont atteint la fin de leur vie utile.

Les expositions temporaires portent sur de nouveaux sujets et dépendent de la possibilité pour la Société d'y consacrer des crédits alloués ou pour des commanditaires externes d'affecter des ressources à leur développement.

Les expositions itinérantes peuvent être le prolongement d'expositions temporaires. Elles aident la Société à réaliser son mandat de diffusion et ses objectifs liés à la fréquentation hors site, et à développer de nouveaux produits comportant de multiples modes de prestation. Les expositions itinérantes dépendent de l'atteinte par la Société de ses ambitieux objectifs relatifs aux commandites.

Les plans détaillés des expositions figurent dans les tableaux 8 à 10.

## TABLEAU 8

### Musée de l'agriculture du Canada Plan des expositions 2005-2010

Expositions à long terme (ELT), expositions à court terme (ECT) ou expositions itinérantes (EI)

#### *Remplacement*

SUJETS PROPOSÉS	CALENDRIER
Cent ans de science en agriculture (ECT)	Printemps 2005
Aliments pour la santé (EI)	Printemps 2006
Les objets vedettes de la collection (ECT)	Printemps 2007
Technologie de l'apiculture (EI)	Printemps 2008
Remplacement de l'exposition Les tracteurs (ELT)	Printemps 2009

#### *Mise à jour*

EXPOSITION	CALENDRIER
Les tracteurs	Printemps 2005

## TABLEAU 9

### Musée de l'aviation du Canada Plan des expositions 2005-2010

2005-2006	Examen détaillé des espaces des expositions (suite) Espaces des expositions temporaires (y compris deux nouveaux îlots : avions à réaction et l'aviation en général) Aux commandes Art en vol
2006-2007	Examen détaillé des espaces des expositions (suite) Amélioration des espaces des expositions
2007-2008	Art en vol Amélioration des espaces des expositions
2008-2009	Centenaire canadien du vol motorisé et contrôlé
2009-2010	Art en vol Renouvellement du plan des expositions – Phase I (probablement une nouvelle exposition thématique permanente)

## TABLEAU 10

### Musée des sciences et de la technologie du Canada Plan des expositions 2005-2010

#### Expositions permanentes

Afin de respecter ses indicateurs de rendement et les objectifs de la Société sans crédits autorisés supplémentaires, le MSTC se consacrera à préserver le fonctionnement optimal et sûr de ses expositions permanentes. Il consentira tous les efforts nécessaires pour rafraîchir, en les remplaçant ou en les mettant à jour, tous les contenus intellectuels ou éléments d'exposition qui ont atteint la fin de leur vie utile.

REPLACEMENT	CALENDRIER
Ordina.@.teurs (Note n° 1)	2005-2006
Aire « C » : ZONE SCIENTIFIQUE (Note n° 1)	2005-2006

#### MISE À JOUR

Dans le cadre de l'examen global des activités du MSTC, les expositions actuelles font l'objet d'une évaluation afin de déterminer leur potentiel d'actualisation. Les besoins sur ce plan seront déterminés durant cet examen. Les expositions marquées d'un astérisque doivent être mises à jour.

Le Canada dans l'espace* (Note n° 2)	2005-2006
Connexions Nortel Networks* (Section de la radiodiffusion) (Note n° 2)	2006-2007
Plus qu'une machine	2006-2007
Amours, délices et ménage	2007-2008
Innovation Canada (Note n° 3)	2008-2009

#### Expositions temporaires

Nouvelle approche de la Société pour la réalisation d'expositions en collaboration avec des partenaires et des commanditaires.

Recherche et développement au Canada – MÉGASCIENCE (Note n° 1)	Printemps 2005
Collections du Musée – <i>Odyssée de lumière</i>	Automne 2005
Recherche et développement au Canada – <i>Autopsie d'un meurtre</i>	2006-2007
Collections du Musée – forêts et foresterie	2007-2008
Recherche et développement au Canada	2008-2009
Collections du Musée	2009-2010

(suite)

## TABLEAU 10

(suite)

### Expositions itinérantes

Toutes les nouvelles expositions temporaires deviendront des expositions itinérantes. Les besoins sur le plan de la mise à jour seront déterminés tout au long du calendrier d'entretien du MSTC.

SUJETS	DÉBUT	MISE À JOUR
<i>Le vélo : deux roues, mille histoires</i>	En cours	Au besoin
<i>Polio: 50 ans plus tard</i> (Nouvelle)	2005-2006	2008-2009
Panthéon canadien des sciences et du génie (Nouvelle) (Note n° 3)	2005-2006	Annuelle
<i>Le temps efface tout : sauvegardez vos souvenirs électroniques</i> (Note n° 4)	2006-2007	s.o.
<i>Aliments pour la santé</i> (Note n° 5)	2007-2008	Au besoin
Recherche et développement au Canada – Autopsie d'un meurtre	2008-2009	s.o.

**Note n° 1** — Il a été déterminé en 2004-2005 que l'exposition *Ordin.@teurs* devait être remplacée. Pour ce faire, on a adopté une approche graduelle qui prendra fin au printemps 2005. L'exposition *Ordin.@teurs* est remplacée par MÉGASCIENCE qui consiste en une série d'expositions qui se déroulent sur deux années financières et qui soulignent « 2005, l'Année internationale de la physique ». La plan des expositions comporte un nouvel élément, le coin des sciences, qui est connexe à l'exposition susmentionnée. Il s'agit d'un endroit interactif au Musée qui abrite trois nouvelles salles de classe, une nouvelle « cuisine bizarre » et des éléments interactifs populaires des expositions précédentes.

**Note n° 2** — La mise à jour des expositions *Le Canada dans l'espace* et *Connexions Nortel Networks* a été retardée à cause d'un manque de ressources.

**Note n° 3** — Le Panthéon canadien des sciences et du génie est au cœur de l'exposition *Innovation Canada*. Le Panthéon sera actualisé au fur et à mesure que de nouvelles personnes y seront intronisées. Une version itinérante du Panthéon canadien des sciences et du génie viendra s'ajouter au plan des expositions en 2005-2006 en vue d'une cérémonie d'intronisation en 2006 qui se tiendrait à l'extérieur du Musée.

**Note n° 4** — Des demandes pour prolonger l'exposition *Le temps efface tout* au Musée a retardé le déplacement de cette dernière. Si les fonds provenant de commandites le permettent, nous ajouterons *La polio – 50 ans plus tard* à la liste des expositions itinérantes pour 2005-2006.

**Note n° 5** — L'exposition *Aliments pour la santé* est conçue par le Musée de l'agriculture du Canada (voir le tableau 8) et sa tournée sera gérée par le Musée des sciences et de la technologie du Canada.

## 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

### (3.1 Activités de soutien)

L'un des facteurs fondamentaux du succès de la SMSTC repose sur le développement 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. Conjointement au processus de développement de nouveaux produits, la Société s'attachera davantage à repérer les occasions de commandites et à se joindre à des partenaires potentiels.

## Objectifs pluriannuels

La Société s'est fixé deux objectifs pluriannuels qui traduiront sa capacité d'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.**

(3.1 Activités de soutien, 3.1.2 Production de recettes)

Dans le cadre de ses expériences avec Nortel Networks, Bell Canada, les Instituts de recherche en santé du Canada et d'autres commanditaires, la Société a réalisé que d'importantes sommes provenant de commandites pouvaient être attribuées à ses projets. Grâce à une meilleure harmonisation des processus de développement d'entreprise et de nouveaux produits, la Société est 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.

L'objectif de la première année est d'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.** (3.1 Activités de soutien, 3.1.3 Services communs)

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 de la première année est de 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.

#### ***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 un pourcentage important 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.

#### ***Collectes de fonds*** (3.1 Activités de soutien, 3.1.2 Production de recettes)

Les collectes de fonds philanthropiques comprennent les campagnes de dons annuels, de dons importants, de dons planifiés et le soutien qui provient des fondations. Ces programmes ont généré 800 000 \$ depuis 1998.

Au cours de la première année du plan, la Société procédera à une évaluation et à un remaniement complet de cette fonction dans le but de soutenir davantage les besoins prioritaires de la Société.

#### ***Commandites*** (3.1 Activités de soutien, 3.1.2 Production de recettes)

La Société, grâce à son expérience récente avec Nortel Networks et avec d'autres commanditaires, et le renforcement de sa capacité d'intégrer des commanditaires potentiels dès le début du processus de développement de nouveaux produits, pourra accroître ses objectifs par rapport aux activités commanditées.

Les nouveaux engagements financiers des commanditaires devraient vraisemblablement augmenter chaque année d'ici 2009-2010. La capacité de la SMSTC de cerner les possibilités de commandite et d'en faire part aux commanditaires potentiels, de même que la capacité des groupes qui la composent de travailler efficacement avec des partenaires, seront des facteurs déterminants de sa réussite.

La Société informera les employés des avantages de travailler avec des partenaires afin de créer une culture interne favorable à la participation de commanditaires et à leur fidélisation.

## 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

(3.1 Activités de soutien, 2.1 Partage des connaissances)

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.

## 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 et de déterminer dans quelle mesure nous comblons les écarts de performance.

L'objectif de la première année consiste à augmenter de 5 % la satisfaction de la clientèle.

**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. La SMSTC s'est engagée à améliorer ses processus internes, ses processus de base en priorité. La Société 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 processus de développement de nouveaux 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.

L'objectif de la première année consiste à atteindre un taux de satisfaction de la clientèle interne de 55 %.

**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. Quoiqu'il existe un très grand nombre d'anecdotes démontrant la culture positive de la Société, la réalisation d'un sondage et la détermination des points sur lesquels il faut se pencher amélioreront sa capacité de fonctionnement.

### **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.

La Société a, pour ce faire, créé une équipe chargée de l'amélioration du processus d'établissement des priorités et de prise de décision. Celle-ci mettra au point un processus bien conçu et global qui tiendra compte de l'analyse de l'environnement, de la planification d'entreprise, du budget, des rapports annuels, des plans de travail et des révisions trimestrielles et à mi-parcours.

Un processus très précis sera élaboré pendant la présente année de planification et mis en œuvre au cours de la deuxième année. L'équipe chargée de l'amélioration du processus se constituera en sous-groupes afin d'analyser les éléments du processus, et élaborer un chemin critique pour chacun des éléments, de préciser les points et les critères de décision, d'établir des lignes directrices et des modèles pour les utilisateurs et comme outils de travail et autres, et de cerner les intrants et les extrants nécessaires.

***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. Au cours de la prochaine année, la Société élaborera la méthodologie d'un processus robuste de sondages auprès de la clientèle, puis le mettra en œuvre.

Les sondages auront pour but de déterminer les éléments qui sont importants pour les clients et ceux pour lesquels le taux de satisfaction est peu élevé. Par la suite, la Société élaborera des plans d'amélioration visant les éléments prioritaires.

Ces plans d'amélioration seront entrepris sur une base interfonctionnelle. Tous les employés de la Société seront informés de la réalisation des sondages, des équipes d'amélioration constituées et des résultats de leurs activités.

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

Au cours de la présente année de planification, la Société confiera à certains de ses services la tâche de mener des sondages pour dresser la liste des éléments hautement prioritaires pour leur clientèle interne. Il s'agit de procéder par étapes pour éviter de paralyser l'organisation.

Les résultats des sondages aideront les divers services 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 seront 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. L'information anecdotique n'est pas suffisante pour évaluer la loyauté et l'engagement des employés. Par conséquent, la Société mettra au point un sondage destiné au personnel, au cours de la deuxième année de la période de planification, qui visera la réalisation du cadre stratégique.

Le sondage sera mené auprès des employés chaque année au moment opportun de sorte que les divisions et la Société 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.

Au cours de la deuxième année de la période de planification, la Société élaborera un plan en vue de s'assurer qu'il y aura du personnel compétent et expérimenté disponible pour répondre aux exigences continues de la Société.

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

Au cours de la première année de la période de planification, et à la suite de la prochaine ronde de négociations avec l'AFPC, les mesures suivantes seront prises : négociation d'une nouvelle structure des salaires; communication des résultats de la classification aux employés et de leurs droits d'appel; adoption de la nouvelle structure dans un cadre de ressources disponibles dans le respect des droits négociés des employés pour ce type de changements.

***Éthique*** (3.1 Activités de soutien, 3.1.1 Gouvernance)

La Société adoptera 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 visera 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.

**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 – par catégorie de clientèle.
- Satisfaction de la clientèle interne – par les moyennes et les questions de processus.
- Satisfaction du personnel – par division.
- Revenus – par catégorie.

# RÉSUMÉ FINANCIER 2005-2010

La Société est confrontée au défi de remplir le mandat qui lui est conféré par la loi – ainsi que de répondre à de nouveaux 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. Les crédits parlementaires attribués à la Société, réduits de 25 % dans le cadre des mesures de compression des dépenses prises par le gouvernement au milieu des années 1990, n'ont jamais été rétablis à leur niveau antérieur. De plus, la Société a consenti une contribution équivalant à 1 % de son budget annuel au cours de l'exercice de réaffectation budgétaire effectué en 2003. De fait, outre une seule affectation ponctuelle de fonds, la Société n'a reçu depuis dix ans aucuns fonds au titre de ses dépenses non salariales pour contrer les effets de l'inflation. La valeur réelle des crédits de la Société a donc chuté de quelque 25 %.

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 la non-rentabilité associée à l'exploitation de trois installations publiques distinctes tenues d'offrir en partie les mêmes services.

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 représentaient, en 2003-2004, 44 % du budget total de la SMSTC. La tendance à la hausse des coûts va vraisemblablement se poursuivre compte tenu de la déréglementation actuelle des services publics, de la réforme de la fiscalité provinciale, ainsi que des réparations et de l'entretien nécessaires aux bâtiments qui prennent de l'âge. Ainsi, le Musée des sciences et de la technologie du Canada voit ses frais d'entretien augmenter de quelque 100 000 \$ par année. Dans le contexte des mécanismes de financement auxquels la Société a actuellement accès pour les besoins de ses installations, qui ne sont pas indexés, celle-ci a subi des pertes d'un demi-million de dollars, pour usages non liés aux installations depuis le transfert de responsabilités, qu'elle a dû absorber. Afin de mieux répondre aux besoins actuels et à long terme de la Société, il y aurait lieu de modeler 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 pour 2004-2005 de 29 653 000 \$ incluaient 5,5 millions pour la portion finale du financement de la construction du nouvel hangar d'entreposage de la collection et de l'aile des archives au Musée de l'aviation du Canada. Des discussions ont actuellement cours relativement au financement des dépenses d'exploitation et d'entretien des nouvelles installations évaluées à 1,4 million de dollars. Si la Société n'obtient pas ces fonds, cela aura des répercussions notables sur ses activités. Selon les plus récentes discussions à cet égard, une solution devrait être trouvée d'ici la fin de l'exercice financier en cours.

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, de même que 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 notre 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 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 surveillera plus activement ses recettes au cours de la période visée. Les objectifs par rapport aux taux de fréquentation ont été accrus pour les trois musées ce qui devrait favoriser la production de recettes. L'accent sera mis sur des initiatives de coopération, des partenariats et le développement de produits axés sur le marché. Les recettes nettes seront l'un des principaux moyens employés dans le but de générer un rendement du capital investi adéquat à conjuguer aux crédits alloués.

**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)*

	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010
<b>BILAN</b>							
<b>ACTIF</b>							
À court terme							
Encaisse et placements à court terme	13 526 \$	2 417 \$	2 126 \$	2 216 \$	2 376 \$	2 521 \$	2 595 \$
Débiteurs							
– Ministères	1 348	1 250	1 250	1 250	1 250	1 250	1 250
– Autres	292	300	300	300	300	300	300
Stocks	498	450	450	450	450	450	450
Frais payés d'avance	695	450	400	400	400	400	400
	16 359	4 867	4 526	4 616	4 776	4 921	4 995
Encaisse et placement affectés	224	250	250	250	250	250	250
Collection	1	1	1	1	1	1	1
Immobilisations	17 056	32 382	30 656	28 762	26 834	24 734	22 428
	<b>33 640 \$</b>	<b>37 500 \$</b>	<b>35 433 \$</b>	<b>33 629 \$</b>	<b>31 861 \$</b>	<b>29 906 \$</b>	<b>27 674 \$</b>
<b>PASSIF ET AVOIR DU CANADA</b>							
À court terme							
Créditeurs et charge à payer							
– Ministères	285	275	275	275	275	275	275
– Autres	3 735	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Portion à court terme des avantages sociaux futurs	370	300	300	300	300	300	300
Revenus reportés	1 048	800	500	500	500	500	500
	5 438	3 375	3 075	3 075	3 075	3 075	3 075
Avantages sociaux futurs	1 570	1 600	1 625	1 650	1 675	1 700	1 725
Apports reportés	224	250	250	250	250	250	250
Financement des immobilisations reporté	26 168	32 384	30 658	28 764	26 836	24 736	22 430
Avoir du Canada	240	(109)	(175)	(110)	25	145	194
	<b>33 640 \$</b>	<b>37 500 \$</b>	<b>35 433 \$</b>	<b>33 629 \$</b>	<b>31 861 \$</b>	<b>29 906 \$</b>	<b>27 674 \$</b>

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

	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010
<b>ÉTATS DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA</b>							
<b>REVENUS</b>							
Droits d'entrée							
Sciences et technologie	953 \$	900 \$	925 \$	950 \$	975 \$	975 \$	975 \$
Aviation	477	500	500	515	515	520	520
Agriculture	316	325	325	335	335	340	340
Autres	588	525	575	575	575	575	575
Activités commerciales	959	850	900	925	950	950	975
Développement d'entreprise	509	650	700	850	900	1 100	1 250
Intérêts	358	180	120	120	120	120	120
<b>Total des revenus</b>	<b>4 160 \$</b>	<b>3 930 \$</b>	<b>4 045 \$</b>	<b>4 270 \$</b>	<b>4 370 \$</b>	<b>4 580 \$</b>	<b>4 755 \$</b>
<b>DÉPENSES</b>							
Préservation du patrimoine	4 006	3 675	4 285	4 235	4 103	4 128	4 085
Partage des connaissances	9 425	9 160	9 610	9 625	9 510	9 550	9 650
Activités de soutien	6 970	5 750	6 931	6 930	6 881	6 881	6 931
Installations	6 398	7 770	6 475	6 605	6 787	6 922	7 061
Amortissement des immobilisations	1 331	1 500	2 982	3 149	3 328	3 526	3 731
	<b>28 130 \$</b>	<b>27 855 \$</b>	<b>30 283 \$</b>	<b>30 544 \$</b>	<b>30 609 \$</b>	<b>31 007 \$</b>	<b>31 458 \$</b>
Excédent des dépenses sur les revenus	(23 970)	(23 925)	(26 238)	(26 274)	(26 239)	(26 427)	(26 703)
Crédits parlementaires	24 159	23 576	26 172	26 339	26 374	26 547	26 752
Bénéfice net (Perte nette)	189	(349)	(66)	65	135	120	49
Avoir du Canada au début de l'exercice	51	240	(109)	(175)	(110)	25	145
Avoir du Canada à la fin de l'exercice	240	(109)	(175)	(110)	25	145	194
<b>FINANCEMENT</b>							
Crédits parlementaires	23 608	24 128	24 446	24 446	24 446	24 446	24 446
Crédits pour construction au MAVC	11 735	5 525	0	0	0	0	0
Budget des dépenses supplémentaire	937	467	0	0	0	0	0
Portion reportée pour projets d'immobilisations	(9 110)	0	0	0	0	0	0
Portion reportée utilisée dans l'exercice en cours	3 574	9 110	0	0	0	0	0
Montant utilisé pour l'achat de biens immobilisés amortissables	(7 916)	(17 154)	(1 256)	(1 256)	(1 400)	(1 425)	(1 425)
Amortissement du financement reporté	1 331	1 500	2 982	3 149	3 328	3 526	3 731
	<b>24 159 \$</b>	<b>23 576 \$</b>	<b>26 172 \$</b>	<b>26 339 \$</b>	<b>26 374 \$</b>	<b>26 547 \$</b>	<b>26 752 \$</b>

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

	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010
<b>ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE</b>							
<b>Activités d'exploitation</b>							
Encaisse (clients)	4 377 \$	3 538 \$	3 545 \$	4 070 \$	4 170 \$	4 380 \$	4 555 \$
Encaisse (crédits parlementaires)	19 254	12 966	23 190	23 190	23 046	23 021	23 021
Décaissements (employés et fournisseurs)	(26 132)	(27 847)	(27 226)	(27 371)	(27 256)	(27 456)	(27 702)
Intérêts reçus	358	180	120	120	120	120	120
Total des flux de trésorerie liés aux activités	(2 143)	(11 163)	(371)	9	80	65	(6)
<b>Activités d'investissement</b>							
Acquisition d'immobilisations	(7 916)	(16 826)	(1 256)	(1 256)	(1 400)	(1 425)	(1 425)
Augmentation (diminution) de l'encaisse et des placements affectés	(15)	(26)	0	0	0	0	0
Total des flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(7 931)	(16 852)	(1 256)	(1 256)	(1 400)	(1 425)	(1 425)
<b>Activités de financement</b>							
Financement pour l'acquisition d'immobilisations	17 026	16 826	1 256	1 256	1 400	1 425	1 425
Apports affectés et revenus de placement connexes	79	80	80	80	80	80	80
Total des flux de trésorerie liés aux activités de financement	17 105	16 906	1 336	1 336	1 480	1 505	1 505
<b>Augmentation (diminution) de l'encaisse</b>							
Solde au début de l'exercice	6 495	13 526	2 417	2 126	2 216	2 376	2 521
<b>Solde à la fin de l'exercice</b>	<b>13 526 \$</b>	<b>2 417 \$</b>	<b>2 126 \$</b>	<b>2 216 \$</b>	<b>2 376 \$</b>	<b>2 521 \$</b>	<b>2 595 \$</b>

# RÉSUMÉ DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT 2005-2006

Le budget de fonctionnement de la Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada pour l'année 2005-2006 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 2005-2006	BUDGET 2004-2005
<b>REVENUS</b>		
Exploitation		
Droits d'entrée		
Sciences et technologie	925 \$	895 \$
Aviation	500	490
Agriculture	325	310
Autres	575	540
	<u>2 325</u>	<u>2 235</u>
Développement d'entreprise	700	600
Opérations commerciales	900	1 100
Intérêts	120	180
Revenus d'opérations	<u>4 045</u>	<u>4 115</u>
Crédits parlementaires		
Budget des dépenses principal	24 446	29 653
Ajustement des coûts salariaux	–	400
Achat d'immobilisations	(1 256)	(7 780)
Amortissement du financement des immobilisations reporté	2 982	1 206
Total (crédits parlementaires)	<u>26 172</u>	<u>23 479</u>
Total des revenus	<u>30 217 \$</u>	<u>27 594 \$</u>
<b>DÉPENSES</b>		
Préservation du patrimoine	4 285	3 675
Partage des connaissances	9 610	9 160
Activités de soutien	6 931	6 105
Installations	6 475	7 770
	<u>27 301</u>	<u>26 710</u>
Amortissement	2 982	1 206
<b>Total des dépenses</b>	<u>30 283 \$</u>	<u>27 916 \$</u>
<b>Surplus (déficit)</b>	<u>(66) \$</u>	<u>(322) \$</u>

## **Hypothèses**

Le budget de fonctionnement de 2005-2006 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 2005-2006 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 GAB aux distributeurs de monnaie.

La Société propose également des expériences de simulateur 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 2005-2006 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 7 850 000 \$ pour 2005-2006.

# RÉSUMÉ DU BUDGET DES IMMOBILISATIONS 2005-2006

Le budget des immobilisations de la Société du Musée des sciences et de la technologie du Canada pour l'année 2005-2006 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 2005-2006	BUDGET 2004-2005
<b>DÉPENSES</b>		
Préservation du patrimoine	47 \$	50 \$
Partage des connaissances	109	100
Activités de soutien	260	250
Installations	840	1 130
Collection de l'aviation et installations		6 250
<b>Total des dépenses</b>	<b>1 256 \$</b>	<b>7 780 \$</b>

### Hypothèses

Le budget des immobilisations de 2005-2006 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 2005-2006 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.