RÉSUMÉ DU **PLAN D'ENTREPRISE**
2011-2012 À 2015-2016

RÉSUMÉ DU **BUDGET DE FONCTIONNEMENT**
2011-2012

RÉSUMÉ DU **BUDGET DES IMMOBILISATIONS**
2011-2012

Société des musées de sciences et technologies du Canada

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

Canada

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire **1**

1.0 Profil de la Société **4**

1.1 Mandat 4
1.2 Loi habilitante 4
1.3 Gouvernance de la Société 4
1.4 Générateurs de résultats clés (GRC) 5
1.5 La Fondation de la Société 6
1.6 Profil financier 6

2.0 Enjeux stratégiques pendant la période de planification **7**

2.1 Atouts et défis 7
2.1.1 Ressources humaines 7
2.1.2 Biens immobiliers (installations) 7
2.1.3 Ressources opérationnelles 8
2.1.4 Fardeau financier 8
2.2 Architecture des activités de programme (AAP) 10
2.3 Période de planification 11
2.4 Analyse environnementale 12
2.4.1 Analyse FFPM 12
2.4.2 Appui des politiques gouvernementales 12
2.4.3 Tendances économiques et concurrence 13
2.4.4 Consultation de la population canadienne 13
2.4.5 Besoins et attentes du public 13
2.4.6 Visiteurs 14
2.4.7 Tendances numériques 14
2.4.8 Tendances en matière de main-d'œuvre 15
2.4.9 Infrastructure immobilière 15
2.4.10 Analyse des risques et possibilités 16

3.0 Générateurs de résultats clés et objectifs stratégiques pour 2011-2012 à 2015-2016 ..... **17**

3.1 Activité de programme 1 : Diffusion des connaissances (éducation et diffusion externe) 17
3.2 Activité de programme 2 : Préservation du patrimoine (collections et recherche) 22
3.3 Activité de programme 3 : Services internes (gestion d'entreprise) 24
3.4 Activité de programme 4 : Installations 28

4.0 Atteinte des objectifs en 2010-2011 ..... **30**

4.1 Diffusion des connaissances (éducation et diffusion externe) 30

4.2 Préservation du patrimoine (collections et recherche) 31
4.3 Services internes (gestion d'entreprise) 32
4.4 Installations 34

5.0 Plan financier 36

5.1 Sommaire financier 2011-2016 36
5.1.1 Revenus 39
5.1.2 Dépenses 41
5.2 Plan d'immobilisations sur cinq ans, 2011-2012 à 2015-2016 42
5.2.1 Stratégies et priorités de la Société 42
5.2.2 Résumé du plan d'immobilisations pour 2011-2012 43

Annexe I — Aperçu historique 44

Une Société, trois musées 45
Musée de l'agriculture du Canada 45
Musée de l'aviation et de l'espace du Canada 45
Musée des sciences et de la technologie du Canada 46

SOMMAIRE

En tant que seule institution au Canada qui collectionne des objets représentatifs des sciences et de la technologie dans leur ensemble, la Société des musées de sciences et technologies du Canada (SMSTC) et ses trois musées — le Musée de l'agriculture du Canada (MAgC), le Musée de l'aviation et de l'espace du Canada (MAEC) et le Musée des sciences et de la technologie du Canada (MSTC) — conservent, présentent et promeut les réalisations et les innovations scientifiques canadiennes tant dans un contexte canadien que dans une perspective mondiale plus vaste, tout en suscitant l'intérêt des citoyens pour les sciences et la technologie.

Le succès continu du Canada en ce qui a trait aux réalisations scientifiques et technologiques a été un des principaux points de mire du gouvernement fédéral ces dernières années; en ce sens, chacun des trois musées de la Société témoigne de toute évidence de l'esprit innovateur et du talent canadiens qui sont des sources d'inspiration. Bien qu'ils affrontent de nombreux défis dans une conjoncture économique difficile, les trois musées conservent leur popularité et atteignent encore les Canadiens et Canadiennes partout au pays avec une fréquentation annuelle sur place de près de 650 000 visiteurs, 3,5 millions de visites virtuelles et d'autres activités de diffusion telles que les expositions itinérantes et les programmes éducatifs virtuels, atteignant ainsi près de 8 millions de personnes.

La Société, en réponse à l'appel du gouvernement fédéral à la prudence et à la responsabilité financière, a mis au point plusieurs stratégies et programmes d'importance en vue de la prochaine période de planification. Ces stratégies visent notamment à accroître les activités de commandite et de partenariat, à développer les activités commerciales grâce à des initiatives telles que le renouvellement de la boutique électronique de la Société (qui connaît déjà une augmentation de 10 % de ses ventes), et à conclure plus de 100 contrats de location de ses installations, dont celle du toit du Musée de l'aviation et de l'espace du Canada aux fins d'installation de panneaux solaires. Pour l'exercice financier 2011-2012, on prévoit que la Société produira 4,87 millions de dollars en recettes, ce qui représente 16 % de son financement. L'installation d'un système de capteurs pour l'éclairage vise à réaliser davantage d'économies sur le plan de l'énergie. Cette mesure s'ajoute à d'autres programmes écologiques déjà en place, comme l'utilisation de produits nettoyants verts et l'impression à double face. Figurent également la réduction des frais de déplacement et d'accueil d'environ 20 % et l'adoption d'autres politiques à l'échelle de la Société, comme l'élimination des réclamations de kilométrage pour les déplacements en véhicule personnel à l'intérieur de la ville, la diminution du recours aux taxis, l'augmentation des réunions par téléconférence et une politique relative à l'utilisation du BlackBerry, pour ne nommer que celles-ci. Dans l'enquête repère de 2010 de l'International Association of Museum Facility Administrators, la Société figure au deuxième rang parmi soixante musées partout dans le monde qui travaillent à améliorer les activités et la gestion de leurs installations.

De nouvelles initiatives visent la valorisation de la pertinence et la présence nationale de chacun des trois musées, en plus de l'acquisition de nouveaux commanditaires, partenaires et

souscripteurs. Les résultats de la consultation pancanadienne de 2009-2010 menée par la Société ont inspiré celle-ci à rediriger ses ressources vers les activités de diffusion externe, le développement de partenariats et de nouvelles initiatives novatrices à l'échelle du Canada. **Des Canadiens et des Canadiennes d'un bout à l'autre du pays** ont dit : « La science doit être universelle, rassembleuse et accessible à tous, et le Musée peut être un outil pour faire connaître les projets scientifiques et les découvertes, tout en sensibilisant et en intéressant les gens aux sciences et à la technologie. » Les musées des sciences devraient être parmi les plus branchés de tous les établissements en mettant leurs collections, leurs recherches, leurs expositions et leur programmation à la disposition du pays tout entier. En 2010-2011, les musées ont récolté de meilleurs résultats à cet égard grâce à un apport additionnel de fonds. La Société envisage avec enthousiasme les cinq prochaines années alors qu'elle présentera de nouvelles initiatives et offrira de nouvelles possibilités qui seront passionnantes.

Toutes les initiatives, activités et programmations sont structurées à partir de générateurs de résultats clés (GRC), qui se subdivisent en résultats et en objectifs stratégiques. Les GRC servent d'objectifs ou de résultats généraux, et chacun d'eux est assorti d'indicateurs de rendement qui peuvent être surveillés et suivis. Les GRC de la prochaine période de planification sont les suivants :

GRC 1 *Une diffusion des connaissances par l'entremise des programmes de la Société, de ses partenariats et d'une expérience captivante pour les visiteurs.* Susciter l'intérêt de la population canadienne pour le passé, le présent et l'avenir des sciences, de la technologie et de la société, grâce à une expérience riche et captivante.

GRC 2 *Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale.* Rehausser le profil et l'impact de la Société dans tous les territoires et provinces, grâce à divers intervenants des domaines des sciences, de la technologie et de la culture, et créer pour toute la population canadienne des destinations reconnues à l'échelle nationale.

GRC 3 *Une collection de réputation internationale.* Enrichir la collection et accroître sa réputation nationale et internationale.

GRC 4 *La viabilité organisationnelle.* Faire preuve d'une gestion et d'une gouvernance responsables en matière de finances et de ressources.

GRC 5 *Un employeur de choix.* Attirer, former, appuyer et maintenir en poste une main-d'œuvre hautement qualifiée, dynamique et diversifiée.

Les installations de la Société continuent de représenter l'un de ses plus grands défis. Bien que d'importants travaux aient été entrepris au cours des dernières années pour moderniser et adapter ses édifices à des fins muséales, certains enjeux relatifs à ces installations continuent de nuire à la capacité de la Société de respecter son mandat. La première de ces préoccupations concerne l'édifice du Musée des sciences et de la technologie du Canada et les installations d'entreposage de sa collection.

Malgré ces défis, la Société a poursuivi ses efforts pour trouver des solutions à long terme et a réussi à intégrer à la prochaine période de planification plusieurs préoccupations importantes touchant ses installations.

- Au Musée de l'aviation et de l'espace du Canada, les travaux de rénovation se poursuivent afin d'aménager de plus grandes aires de commodités pour les visiteurs, y compris une nouvelle aire de vente au détail. La Société continue aussi à chercher une solution à long terme au manque à gagner pour l'exploitation de son hangar d'entreposage.

- Au Musée de l'agriculture du Canada, d'importants travaux de rénovation seront entrepris durant la période de planification. Non seulement ces travaux fourniront une plus grande aire d'exposition et de programmation, mais ils permettront aussi au Musée de rester ouvert pendant toute l'année, et ce, pour la première fois de son histoire. Le Musée continue d'être un secteur de grande croissance pour la Société et, grâce à un mandat élargi comprenant la production alimentaire, ces rénovations lui permettront de servir sa clientèle grandissante et d'augmenter sa capacité de générer de nouvelles recettes.

- Au Musée des sciences et de la technologie du Canada, les travaux se poursuivent en vue de la construction de nouvelles installations pour un nouveau MSTC. Si des fonds sont disponibles, l'analyse de rentabilisation d'un nouveau musée et le choix de l'architecte sont prévus pour le début de la période de planification.

- Durant la période de planification, la Société continuera aussi d'explorer les options pour de nouvelles installations d'entreposage destinées à la collection en réserve, y compris la possibilité d'une entente de partenariat public-privé. Une telle entente pourrait permettre à la Société de réaliser un rendement de son capital investi.

Le plan d'entreprise 2011-2012 présente les activités de la Société qui sont fondées sur des crédits parlementaires de 26,5 millions de dollars, plus l'injection unique de capitaux de 2,55 millions de dollars prévus au budget de 2008, pour un montant total de 29 millions de dollars. Ces crédits couvrent principalement l'enveloppe salariale et une partie des frais d'exploitation des trois musées, ainsi que certaines activités de diffusion externe, principalement dans la région de la capitale nationale. En faisant sa planification, la Société a aussi mis en évidence les activités (d'abord et avant tout la diffusion externe) qui pourraient se faire grâce à l'augmentation des crédits parlementaires. Avec une grande reconnaissance, on ne peut trop insister sur le fait que les 3,7 millions de dollars en crédits supplémentaires accordés à la Société dans le budget de 2010 lui ont permis de rehausser ses activités et de les rendre conformes aux normes nationales, y compris maintenir le hangar du Musée de l'aviation et de l'espace du Canada ouvert au public, garder le Musée de l'agriculture du Canada entièrement fonctionnel pendant sa saison d'ouverture, et concevoir une excellente programmation et des activités de diffusion externe, ce qu'elle n'aurait pu offrir à ses visiteurs sur place et externes pendant la période 2010-2011.

1.0 PROFIL DE LA SOCIÉTÉ

1.1 Mandat

MANDAT Promouvoir la culture scientifique et technique du 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 leurs rapports avec la société sur le plan économique, social et culturel.

MISSION Découvrir et partager des connaissances au sujet du patrimoine scientifique et technologique du Canada, ainsi que comprendre et apprécier le rôle que les sciences et la technologie jouent dans la transformation du Canada.

VISION Motiver la population canadienne tout entière à s'intéresser à son passé, son présent et son avenir scientifique et technologique.

1.2 Loi habilitante

Aux termes de la *Loi sur les musées*, la Société des musées de sciences et technologies du Canada (SMSTC) est une personne morale distincte appartenant entièrement au gouvernement du Canada. Elle est exploitée de façon courante sans lien de dépendance avec le gouvernement en ce qui a trait à ses opérations, activités et programmes. La Société est assujettie à la partie X de la *Loi sur la gestion* des *finances publiques*, et elle doit s'acquitter d'un ensemble d'obligations légales dans les domaines des langues officielles, de l'équité en matière d'emploi, du multiculturalisme, de l'accès à l'information et de la protection des renseignements personnels.

1.3 Gouvernance de la Société

Un conseil d'administration nommé par le gouverneur en conseil sert d'organe directeur de la Société et, par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien et des Langues officielles, est responsable devant le Parlement des affaires de la Société. Le conseil d'administration, dont les membres proviennent de toutes les régions du pays, peut compter jusqu'à onze membres, incluant le président et le vice-président, et il est appuyé par trois comités : le comité exécutif, le comité de gouvernance, et le comité des finances, de la vérification et de la gestion des risques.

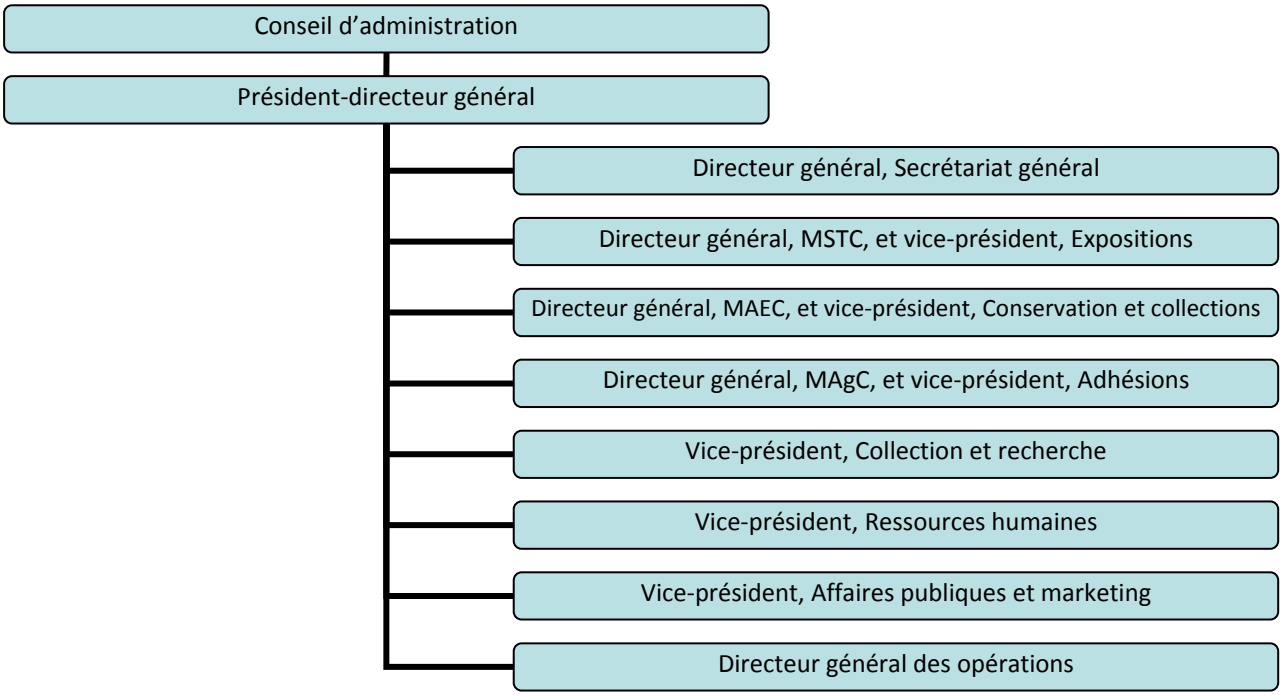
Les activités quotidiennes de la Société sont administrées par la présidente-directrice générale, en collaboration avec une équipe de la haute direction. La Société a été restructurée en 2009 pour lui permettre de créer des synergies plus importantes entre les trois musées, surtout dans

les domaines suivants : affaires publiques, conservation et collection, expositions, adhésions, et développement d'entreprise.

ORGANIGRAMME 1

SOCIÉTÉ DES MUSÉES DE SCIENCES ET TECHNOLOGIES DU CANADA

Structure des rapports hiérarchiques de la Société



1.4 Générateurs de résultats clés (GRC)

La Société a établi les cinq générateurs de résultats clés (GRC) suivants, qui servent d'objectifs ou de résultats généraux. Chacun d'eux est assorti d'indicateurs de rendement qui peuvent être surveillés et suivis.

GRC 1 *Une diffusion des connaissances par l'entremise des programmes de la Société, de ses partenariats et d'une expérience captivante pour les visiteurs.* Susciter l'intérêt de la population canadienne pour le passé, le présent et l'avenir des sciences, de la technologie et de la société grâce à une expérience riche et captivante.

GRC 2 *Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale.* Rehausser le profil et l'impact de la Société dans tous les territoires et provinces grâce à divers intervenants des domaines des sciences, de la technologie et de la culture, et créer pour toute la population canadienne des destinations reconnues à l'échelle nationale.

GRC 3 *Une collection de réputation internationale.* Enrichir la collection et accroître sa réputation nationale et internationale.

GRC 4 *La viabilité organisationnelle.* Faire preuve d'une gestion et d'une gouvernance responsables en matière de finances et de ressources.

GRC 5 *Un employeur de choix.* Attirer, former, appuyer et maintenir en poste une main-d'œuvre hautement qualifiée, dynamique et diversifiée.

1.5 La Fondation de la Société

Le 14 novembre 2007, la Fondation de la Société des musées de sciences et technologies du Canada, une entité distincte et séparée fonctionnant de façon autonome, a été constituée pour seconder et renforcer la Société dans la réalisation de son mandat et de sa mission en recevant des fonds et en produisant des recettes pour soutenir la Société. La Fondation est gérée par un directeur général qui travaille à un éventail d'initiatives philanthropiques.

1.6 Profil financier

Chaque année la SMSTC reçoit des crédits parlementaires du gouvernement du Canada, que des activités génératrices de revenus viennent compléter. La Société reçoit également des fonds de la Fondation de la SMSTC et de ses commanditaires afin de soutenir des projets, des acquisitions et la programmation. En 2011-2012, la SMSTC fonctionnera avec un budget de base total de 32,556 millions de dollars. Sur ce montant total, 30,304 millions de dollars proviendront des crédits parlementaires, alors que 4,87 millions de dollars seront tirés des revenus et des dons. La répartition par activité de programme est la suivante : 4,5 millions de dollars pour la préservation du patrimoine; 12,3 millions de dollars pour la diffusion des connaissances; 9,256 millions de dollars pour les immobilisations; et 6,4 millions de dollars pour les activités de soutien.

2.0 ENJEUX STRATÉGIQUES PENDANT LA PÉRIODE DE PLANIFICATION

2.1 Atouts et défis

2.1.1 Ressources humaines

Le plus grand atout de la Société est sa main-d'œuvre talentueuse, dévouée, extrêmement compétente et exceptionnellement qualifiée. En 2010-2011, le personnel de la Société comprenait environ 240 équivalents temps plein; la Société embauche aussi du personnel temporaire de divers domaines pour ses périodes les plus occupées. L'un des principaux risques ciblés par le Bureau du vérificateur général (BVG) est la perte potentielle de savoir et de compétences en raison de la retraite des employés de la Société. La Société a donc mis en place un cadre de travail de planification de la relève pour réagir à la rapide croissance du nombre de personnes admissibles à la retraite.

Parce qu'aux termes de la *Loi sur les musées*, la Société est un employeur distinct, ses employés ne font pas partie du noyau de la fonction publique du Canada. Aux termes de cette loi, les dirigeants et employés de la Société sont cependant réputés faire partie de 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 de la Société. La Société bénéficie également des services de bénévoles dévoués, qui œuvrent dans un vaste éventail de domaines auxquels ils consacrent plus de 24 000 heures par année.

2.1.2 Biens immobiliers (installations)

Les trois musées de la Société occupent à Ottawa un réseau de dix-neuf immeubles situés en trois endroits différents : le Musée des sciences et de la technologie du Canada se trouve sur le boulevard Saint-Laurent et, à proximité, les bureaux de la Société ainsi que des installations d'entreposage; le Musée de l'aviation et de l'espace du Canada est situé à l'aéroport de Rockcliffe; et le Musée de l'agriculture du Canada est à la Ferme expérimentale centrale. Ces emplacements offrent des installations pour la présentation d'expositions et de programmation, l'entreposage d'artefacts et des bureaux.

Grâce en partie à un apport de fonds du budget de 2008 dans le cadre du programme de financement des travaux d'infrastructure du gouvernement fédéral, le Musée de l'aviation et de l'espace du Canada terminera en février 2011 des travaux de rénovation de première nécessité, d'une valeur de 7 millions de dollars. Les installations renouvelées comprendront deux salles d'apprentissage à distance, des aires destinées à la préparation de programmes, un hall d'entrée plus vaste (y compris une aire de vente au détail plus grande), une salle polyvalente et un auditorium de 250 places. Ces améliorations permettront au Musée d'accroître ses activités de production de recettes, ses activités de diffusion externe et ses initiatives en matière d'apprentissage.

Dans son budget de 2008, le gouvernement du Canada a affecté 4,7 millions de dollars à des améliorations qui seront apportées au Musée de l'agriculture du Canada sur une période de cinq ans. Un sérieux problème lié à la structure de l'un des édifices occupés par le Musée a forcé la fermeture de cet édifice pendant trois ans, ce qui s'est traduit par une diminution correspondante sur le plan de la programmation. Cet investissement de 4,7 millions de dollars permettra au Musée d'aménager une aire de vente au détail et d'autres commodités destinées à améliorer l'expérience des visiteurs et de produire des recettes supplémentaires. De plus, ces rénovations permettront au Musée d'être ouvert toute l'année et de répondre aux demandes croissantes de programmes plus étoffés pour les écoles et pour les expositions.

Les deux derniers examens spéciaux du Bureau du vérificateur général ont clairement indiqué que les installations d'entreposage de la collection en réserve de la Société et du Musée des sciences et de la technologie du Canada, bien qu'elles aient été transformées à des fins muséales, *ne respectent pas* les normes actuelles de la Société en matière de contrôle de l'ambiance, d'exposition d'artefacts, d'entreposage de la collection et d'accessibilité. Les aires d'exposition permettent au public de voir uniquement 2 % de la collection en même temps. En outre, une étude sur le potentiel de production de recettes indique que la situation géographique et l'âge de l'édifice abritant le Musée handicapent la capacité du Musée à devenir un centre d'attraction touristique. De plus, la localisation du Musée à l'écart du centre-ville et le fait qu'il est difficilement accessible par transports en commun ont une incidence sur sa situation financière, car cela diminue les possibilités de location des installations et les revenus découlant du stationnement.

Le Musée des sciences et de la technologie du Canada est installé depuis presque 45 ans dans un ancien entrepôt de distribution de produits de boulangerie, installation qui était censée être temporaire. En 2008, le gouvernement du Canada a accordé des fonds pour faire avancer les plans en vue d'un nouveau musée national des sciences et de la technologie expressément construit à ces fins.

2.1.3 Ressources opérationnelles

En 2011-2012, la Société des musées de sciences et technologies du Canada recevra des crédits de base de 26,5 millions de dollars, auxquels s'ajoutera une injection unique de capitaux de 2,55 millions de dollars du budget de 2008 pour des projets d'immobilisations, totalisant 29 millions pour ses dépenses d'exploitation et ses projets d'immobilisations pour *trois musées nationaux situés en trois endroits différents*. La Société produira des recettes supplémentaires de 4,87 millions de dollars, soit 16 % de son financement, grâce à son nombre croissant d'activités commerciales et de financement. Des précisions sont fournies à la section 5 (sommaire financier et états financiers).

2.1.4 Fardeau financier

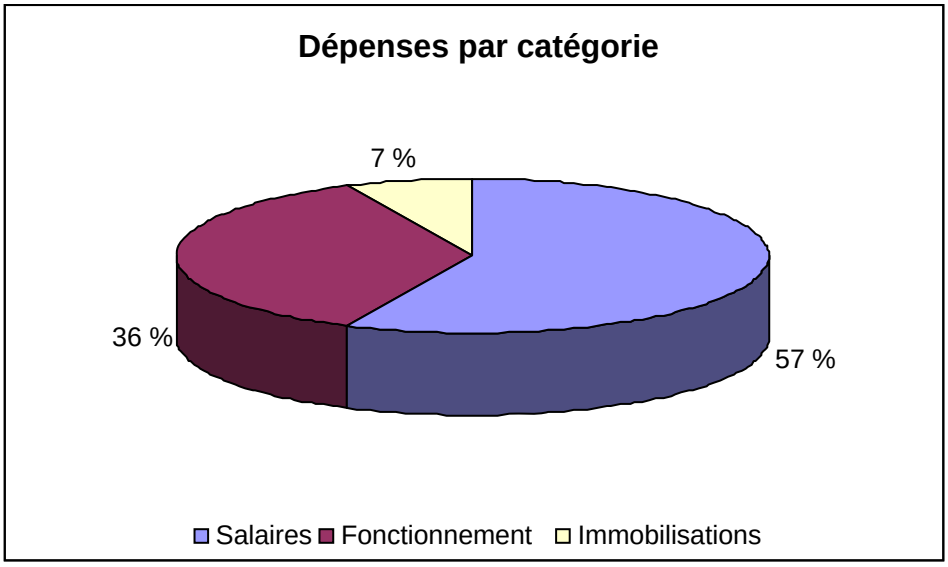
La Société continue d'évoluer dans un contexte financier difficile. Ses défis les plus importants concernent notamment les coûts fixes non discrétionnaires qui continuent de croître, comme le

carburant, l'électricité, les taxes et les réparations des immobilisations. Ces coûts fixes absorbent 40 % des crédits de la Société, ce qui ne laisse que peu de ressources pour la conception de nouveaux contenus.

Les pressions inflationnistes continuent de grever les fonds d'exploitation disponibles pour mener à bien les activités des musées prévues à leurs mandats respectifs. Une préoccupation de taille est le montant de 1,475 million de dollars en frais annuels qui est nécessaire à l'exploitation du nouveau hangar du Musée de l'aviation et de l'espace du Canada, qui a été construit grâce à un important apport de fonds d'immobilisations de la part du gouvernement fédéral, mais pour lequel on n'a pas prévu de fonds d'exploitation. Le manque de fonds pour respecter ces obligations fixes a des répercussions; des compressions sur le plan du personnel et des services de nettoyage et de sécurité ont été mises en œuvre pour contrer cette tendance.

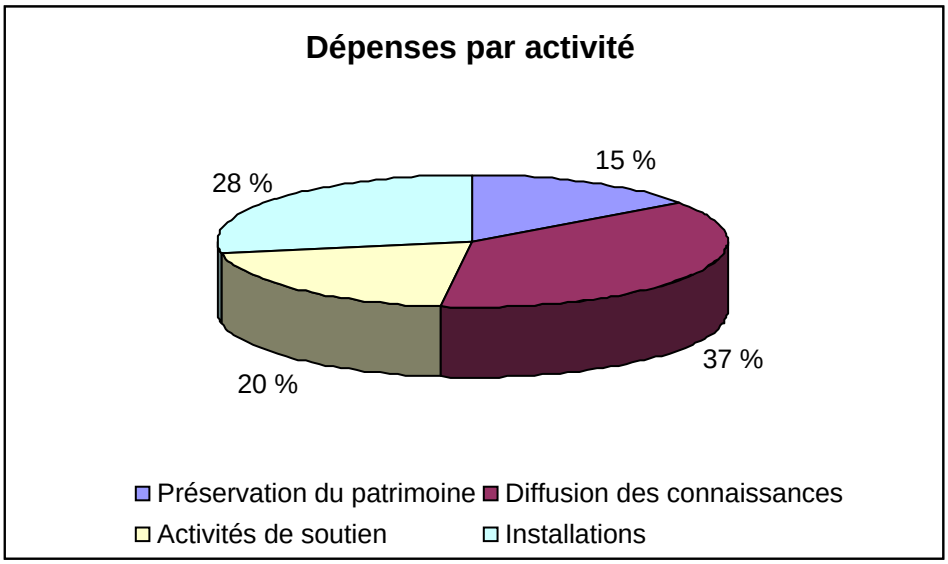
GRAPHIQUE 1

Dépenses par catégorie, 2010-2011



GRAPHIQUE 2

Dépenses par activité, 2010-2011



2.2 Architecture des activités de programme (AAP)

L'Architecture des activités de programme (AAP) est un cadre de haut niveau qui décrit les résultats stratégiques généraux de la Société. C'est dans ce cadre que la Société établit ses plans et priorités et qu'elle présente sa demande pour obtenir des crédits. Le plan d'entreprise est structuré de façon à correspondre à l'AAP afin de faciliter la responsabilisation et la gouvernance en ce qui a trait à ses ressources financières.

La Société s'est servie du cadre de l'AAP pour établir cinq générateurs de résultats clés (GRC) pouvant être définis comme des résultats et des objectifs généraux qui font l'objet d'un suivi pour évaluer le rendement.

Résultat stratégique : Intérêt, connaissance, appréciation et respect à l'égard de la science et de la technologie grâce à la collection d'objets scientifiques et technologiques, à des programmes et à des recherches reflétant un point de vue canadien.			
Activités de programme			
DIFFUSION DES CONNAISSANCES (éducation et diffusion externe) Interprétation de la collection et démonstration de produits et de procédés	**PRÉSERVATION DU PATRIMOINE (collections et recherche)** Activités liées au développement et à la préservation de la collection.	**SERVICES INTERNES (gestion de la Société)** Gouvernance et gestion de l'infrastructure, des ressources et des services de la Société.	**INSTALLATIONS** L'environnement physique nécessaire pour abriter, protéger et exposer la collection, les installations publiques pour accueillir sur place des centaines de milliers

scientifiques et technologiques à l'intention de la population canadienne.			de visiteurs chaque année, et les bureaux du personnel et de l'administration.
GRC 1 : Une diffusion des connaissances par l'entremise des programmes de la Société, de ses partenariats et d'une expérience captivante pour les visiteurs. **Résultat :** Une population canadienne intéressée au passé, au présent et à l'avenir des sciences, de la technologie et de la société grâce à une expérience captivante et riche.	**GRC 3 : Une collection de réputation internationale.** **Résultat :** Une collection enrichie et une plus grande réputation nationale et internationale.	**GRC 4 : La viabilité organisationnelle.** **Résultat :** Une gestion et une gouvernance responsables en ce qui a trait aux ressources financières et aux autres ressources.	**GRC 2 : Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale.** **Résultat :** Les trois musées sont des destinations reconnues à l'échelle nationale pour toute la population canadienne.
GRC 2 : Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale. **Résultat :** Le profil et l'impact de la Société sont rehaussés dans tous les territoires et provinces, grâce à divers intervenants des domaines des sciences, de la technologie et de la culture.		**GRC 5 : Un employeur de choix.** **Résultat :** La Société a attiré, formé, appuyé et maintenu en poste une main-d'œuvre hautement qualifiée, dynamique et diversifiée.	**GRC 3 : Une collection de réputation internationale.** **Résultat :** Une collection enrichie et une plus grande réputation nationale et internationale.
			GRC 4 : La viabilité organisationnelle. **Résultat :** Une gestion et une gouvernance responsables en ce qui a trait aux ressources financières et aux autres ressources.

2.3 Période de planification

La Société en est à sa deuxième année de mise en œuvre du nouveau cadre stratégique décrit dans son plan d'entreprise 2009-2010 à 2014-2015. Ce cadre stratégique permet à la Société de faire preuve d'innovation dans son approche muséale, tout en servant de ressource pour

l'élaboration de politiques gouvernementales touchant les sciences, la technologie, l'innovation et la productivité. La Société s'efforce de devenir un chef de file dans l'élaboration de concepts muséaux innovants, ainsi que le carrefour *par excellence* pour la transmission, l'échange et les discussions en matière de sciences et de technologie partout au pays.

2.4 Analyse environnementale

2.4.1 Analyse FFPM

Une analyse FFPM (forces, faiblesses, possibilités et menaces) a été effectuée pour évaluer et cibler les défis actuels auxquels la Société fait face et les possibilités qui s'offrent à elle. D'une part, l'analyse a permis d'établir que les forces de la Société reposent encore sur la satisfaction des visiteurs, sur une collection réputée et sur un personnel hors pair. D'autre part, les principales faiblesses de la Société sont liées à l'emplacement de ses musées et à ses installations. La Société espère créer des occasions pour que les membres de son conseil d'administration puissent servir d'ambassadeurs de la Société, tout en tirant profit de la puissance des médias sociaux et de l'engouement de la population canadienne à l'égard de l'innovation.

2.4.2 Appui des politiques gouvernementales

Comme les trois musées de la Société présentent les réalisations passées et présentes en sciences et en technologie tout en encourageant la recherche, l'étude et l'innovation, la Société est dans une situation privilégiée pour appuyer les politiques et les programmes du gouvernement de différentes façons :

- en contribuant à modeler l'avenir numérique du Canada;
- en créant une culture des sciences et de la technologie au Canada — la Société assume le rôle de chef de file pour obtenir un soutien interministériel et sectoriel; elle prépare actuellement une proposition pour demander une évaluation d'experts auprès du Conseil des académies canadiennes en ce qui concerne l'état de la culture scientifique au Canada;
- en inspirant les générations plus jeunes à explorer la possibilité de faire carrière dans les domaines des sciences et de la technologie;
- en célébrant les réalisations canadiennes en sciences et en technologie; le MSTC a intronisé au cours de l'année quatre nouveaux membres au Panthéon canadien des sciences et du génie, et continue de faire circuler son exposition partout au pays;
- en démontrant comment les innovations canadiennes ont contribué, et continueront de contribuer, à l'édification de notre pays et à sa croissance économique;

- en rehaussant la sensibilisation de la population canadienne par rapport aux enjeux énergétiques; l'initiative nationale de la Société, *Parlons énergie : idées d'avenir pour le Canada*, offrira du contenu et des programmes partout au Canada, en collaboration avec divers partenaires.

2.4.3 Tendances économiques et concurrence

L'économie canadienne continue d'être aux prises avec un niveau élevé d'incertitude. Et bien que des signes montrent qu'une reprise économique est en cours, d'importants défis demeurent.

L'impact de la récession sur la confiance et les dépenses des consommateurs a été considérable, entraînant un effet négatif sur la fréquentation des attractions culturelles. L'industrie touristique continue aussi de subir les effets du ralentissement économique. De plus, on prévoit que le prix du carburant, jumelé aux répercussions de l'initiative américaine des voyages dans l'hémisphère occidental, continuera d'avoir des effets négatifs sur les voyages des Américains au Canada. Il est à espérer que ces tendances se renverseront à mesure que se poursuit la reprise économique.

2.4.4 Consultation de la population canadienne

Les consultations pancanadiennes que la Société des musées de sciences et technologies du Canada a effectuées en 2009-2010 lui ont fourni une orientation alors qu'elle élaborait ses priorités et stratégies. La Société a demandé l'avis de la population canadienne et de ses partenaires nationaux quant à la création d'un nouveau musée *nec plus ultra* des sciences et de la technologie, qui témoignerait de l'importance des sciences et de la technologie par le passé, et pour le présent et l'avenir du pays. **La science doit être universelle, rassembleuse et accessible à tous, et le Musée peut être un outil pour faire connaître les projets scientifiques et les découvertes, tout en sensibilisant et en intéressant les gens aux sciences et à la technologie.**

Les résultats de ces consultations ont incité la Société à réorienter ses ressources vers des activités de diffusion externe, vers la création de partenariats et vers la mise sur pied d'initiatives innovantes pancanadiennes.

2.4.5 Besoins et attentes du public

Grâce à la croissance des applications du Web 2.0, les visiteurs commencent à rechercher des divertissements et des activités éducatives qui correspondent à leurs intérêts particuliers. Les visiteurs sont plus enclins à faire des recherches pour bien utiliser leur temps et leur argent, et ils préparent leur visite. Les nouveaux sites Web de chacun des trois musées, qui seront lancés séparément en 2011, donneront à la Société la possibilité de capter l'intérêt des visiteurs avant leur visite, tout en contribuant à déterminer leurs attentes.

2.4.6 Visiteurs

- **Visiteurs sur place**

  La Société effectue deux sondages sur place par année pour connaître le taux de satisfaction, les attentes et le profil démographique des visiteurs. Leurs réactions quant aux expositions et à la programmation restent très positives et fournissent des renseignements sur la façon dont la Société peut continuer d'améliorer l'expérience des visiteurs.

  Les touristes seraient plus enclins à visiter les trois musées s'ils étaient situés dans un secteur plus central, là où les touristes sont plus susceptibles de passer leur temps. À l'heure actuelle, 60 % des visiteurs des trois musées viennent de la région de la capitale nationale.

- **Visiteurs virtuels**

  L'explosion des médias sociaux et leur portée dans tous les coins du monde offrent d'intéressantes possibilités à la Société. La Société s'adapte et découvre des moyens nouveaux et dynamiques pour éveiller l'intérêt de ses visiteurs virtuels par l'entremise de divers médias sociaux incluant Facebook, Twitter, YouTube et Flickr.

- **Satisfaction des visiteurs**

  La Société continue de surveiller l'expérience de ses visiteurs et la satisfaction de la clientèle de ses musées par l'entremise d'évaluations en continu de ses expositions et de ses programmes publics. Les résultats des sondages effectués en 2010 sur la satisfaction des visiteurs indiquent clairement que les visiteurs sont très satisfaits de leur expérience dans chacun des trois musées de la Société; plus de 91 % disent qu'ils les recommanderaient à leurs amis et à leur famille.

2.4.7 Tendances numériques

L'engagement de la Société envers la Stratégie sur l'économie numérique du gouvernement du Canada comprend les mesures suivantes :

- promouvoir la littératie numérique;
- mettre en valeur et utiliser les produits et procédés des technologies de l'information et des communications (TIC);
- démontrer les rapports sociaux et culturels dans la société sur le plan des TIC;
- aider la population canadienne à apprécier la pertinence et le potentiel de l'économie numérique.

Les tendances et enjeux numériques suivants sont particulièrement importants pour la Société :

- le besoin de définir et de perfectionner sa stratégie en matière de médias sociaux;

- le marketing mobile (Groupon et Mail Chimp);
- stratégie de marque axée sur les médias sociaux;
- l'externalisation à grande échelle;
- les applications mobiles (codes QR).

2.4.8 Tendances en matière de main-d'œuvre

Les employés hautement qualifiés de la Société contribuent dans une large part à sa réputation nationale et internationale en matière de connaissances et d'expertise scientifiques et technologiques, ainsi qu'à sa capacité d'élaborer, de façon continue, des expositions, des initiatives de diffusion externe et une programmation éducative publique qui sont originales et captivantes. La Société fait aussi d'importants investissements dans sa main-d'œuvre : son enveloppe salariale représente actuellement 57 % de ses dépenses.

Le nombre d'employés admissibles à la retraite, qui croît rapidement, constitue l'un des plus importants défis de la Société. La Société et le Bureau du vérificateur général (BVG) ont souligné que la perte de savoir organisationnel et d'un ensemble de compétences spécialisées représente une menace importante pour l'institution. Pour répondre à ces préoccupations, la Société a mis en place un cadre de travail pour la planification de la relève en analysant toutes les retraites potentielles d'ici 2014, en ciblant les postes essentiels et en mettant au point des plans de relève.

2.4.9 Infrastructure immobilière

Grâce à deux investissements financiers importants du gouvernement du Canada en 2006 et en 2008 (15,3 millions de dollars en 2006 et 14,9 millions de dollars en 2008), la Société s'emploie actuellement à réaliser d'importantes améliorations de ses immobilisations, qui devraient lui permettre d'intensifier ses activités commerciales. Parmi les résultats escomptés, relevons l'augmentation des recettes, de nouveaux programmes et une augmentation correspondante de la fréquentation. La Société continuera de contrer les obstacles liés à l'emplacement de ses musées en offrant aux visiteurs des produits exceptionnels.

Les principaux projets d'immobilisations entrepris en 2010-2011 sont décrits ci-dessous.

- **Musée de l'aviation et de l'espace du Canada**

  Ce musée a bénéficié de la remise en état des infrastructures hydrauliques, de la stabilisation de la structure, de la modification des systèmes de contrôle de la chaleur et de l'humidité, et d'améliorations de son système d'éclairage. D'autres initiatives sont axées sur l'aménagement d'installations de production de recettes, notamment deux salles d'apprentissage à distance, un local destiné à la préparation des programmes, un hall d'entrée plus grand et doté d'une aire plus vaste pour la vente au détail, et la construction d'une salle polyvalente et d'un auditorium de 250 places.

- **Musée de l'agriculture du Canada**

  Ce musée a reçu des fonds pour corriger certaines déficiences sur le plan des commodités, y compris des installations permettant l'ouverture du Musée pendant toute l'année, l'ajout de salles de classe pour répondre aux demandes croissantes sur le plan des programmes, et une aire d'accueil des visiteurs offrant des possibilités de production de recettes.

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

  Des fonds supplémentaires permettent à la Société de corriger les défectuosités de structure les plus urgentes. La Société continue d'apporter des améliorations de base, surtout sur le plan de la santé et de la sécurité et pour respecter les exigences de la loi, jusqu'à ce qu'une décision soit prise relativement à la construction de nouvelles installations. Des salles polyvalentes temporaires ont été rattachées à l'édifice pour accueillir des élèves, alors que d'autres améliorations se sont limitées aux questions d'accessibilité.

- **Nouvelles installations pour le Musée des sciences et de la technologie du Canada**

  La Société reste déterminée à obtenir le soutien et l'engagement en vue de l'aménagement de nouvelles installations pour le Musée, installations qui soient représentatives de la qualité exceptionnelle des réalisations scientifiques et technologiques du pays.

- **Installations d'entreposage pour la collection en réserve**

  La Société a aussi un urgent besoin d'installations d'entreposage écologiquement saines et qui respectent les normes muséales. Comme l'indique le rapport d'examen spécial de 2009 de la vérificatrice générale, la Société continue à faire face à des difficultés d'entreposage de sa collection en réserve : les conditions de température et d'humidité ne sont pas conformes aux normes environnementales, ce qui contribue à la détérioration des artefacts. En outre, l'espace actuel est rempli à 130 % de sa capacité. Un programme fonctionnel a été élaboré pour la collection, et la Société étudie la possibilité de construire un édifice selon la formule d'un partenariat public-privé. PPP Canada, la Commission de la capitale nationale et la Ville d'Ottawa ont donné leur appui.

2.4.10 Analyse des risques et possibilités

La Société continue de surveiller les risques en utilisant son processus de gestion intégrée des risques, officialisé en 2005, tout en demeurant attentive aux possibilités qui s'offrent à elle pour atténuer ces risques. Le risque principal auquel la Société fait face concerne sa capacité de réaliser son mandat en raison de son fardeau financier actuel. La Société continuera de chercher activement de nouvelles possibilités pour la production de recettes et s'efforcera d'attirer de nouveaux partenaires et appuis financiers, mais elle devra aussi travailler en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien pour résoudre certaines questions financières immédiates.

3.0 GÉNÉRATEURS DE RÉSULTATS CLÉS ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES POUR 2011-2012 À 2015-2016

Le plan suivant présente les activités prévues pour 2011-2012 en fonction des crédits parlementaires de 26,5 millions de dollars et de la contribution unique de 2,55 millions de dollars du budget de 2008, pour un total de 29 millions de dollars. Ces crédits couvrent essentiellement l'enveloppe salariale et les coûts d'exploitation des trois musées. Les crédits supplémentaires de 3,7 millions de dollars accordés à la SMSTC dans le cadre du budget de 2010 ont permis à la Société de rendre ses activités conformes aux normes nationales, en plus d'offrir d'excellentes activités de programme qui autrement n'auraient pu être offertes tant aux visiteurs sur place qu'aux visiteurs hors site pour la période 2010-2011.

Les tableaux suivants présentent les activités prévues durant toute la période de planification. Les activités de 2011-2012 ont été mises en évidence.

3.1 Activité de programme 1 : Diffusion des connaissances (éducation et diffusion externe)

Interprétation de la collection et démonstration de produits et de procédés scientifiques et technologiques à l'intention de la population canadienne.

GRC 1 Une diffusion des connaissances par l'entremise des programmes de la Société, de ses partenariats et d'une expérience captivante pour les visiteurs

GRC 2 Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale.

ACTIVITÉ DE PROGRAMME : PARTAGE DES CONNAISSANCES (éducation et diffusion externe)					
GRC 1 : Une diffusion des connaissances par l'entremise des programmes de la Société, de ses partenariats et d'une expérience captivante pour les visiteurs.				**Résultat :** Une population canadienne intéressée au passé, au présent et à l'avenir des sciences, de la technologie et de la société grâce à une expérience captivante et riche.	
Objectif stratégique 1.1 : Améliorer l'accès au contenu des musées par divers moyens, en ciblant plus particulièrement le site Web.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	• **1.1.1 : Poursuivre le remaniement du site Web** • **1.1.2 : Examiner les publications de la Société** • 1.1.3 : Terminer la dernière phase du remaniement du site Web • 1.1.4 : Réinvestir dans une stratégie d'entreprise en matière de médias sociaux • 1.1.5 : Maintenir, surveiller et soutenir les sites Web de la Société				

Objectif stratégique 1.2 : Concevoir et mettre en œuvre d'importants programmes nationaux visant à promouvoir la culture scientifique et technique au Canada.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 1.2.1 : Lancer l'exposition *Parlons énergie : idées d'avenir pour le Canada* et la première année de l'initiative pancanadienne sur l'énergie**	• 1.2.2 : Mettre l'accent sur la portée nationale pendant la deuxième des six années de l'initiative pancanadienne sur l'énergie	• 1.2.3 : Établir et développer les capacités en vue de l'Institut d'été annuel pour les enseignants	• 1.2.4 : Troisième des six années de l'initiative pancanadienne sur l'énergie	• 1.2.5 : Quatrième des six années de l'initiative pancanadienne sur l'énergie • 1.2.6 Cinquième des six années de l'initiative pancanadienne sur l'énergie

Objectif stratégique 1.3 : Offrir aux visiteurs des expériences pertinentes, intéressantes, distinctives, novatrices et divertissantes dans tous les musées de la Société.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	• 1.3.1 : Examiner les résultats du projet pilote relativement à l'expérience des visiteurs, au moyen de nouvelles plateformes de démonstration technologiques	• 1.3.2 : Réaliser une étude de marché pour déterminer les nouvelles occasions et les nouveaux marchés, en ciblant les auditoires qui ne visitent pas les musées	• 1.3.3 : Présenter aux visiteurs de nouvelles expériences, de nouveaux programmes et de nouveaux produits, au moyen de nouvelles technologies	• 1.3.4 : Évaluer de nouveaux programmes destinés aux visiteurs, au moyen de nouvelles technologies	• 1.3.5 : Mettre à jour et présenter de nouvelles expériences destinées aux visiteurs, au moyen de nouvelles technologies

INDICATEURS ET MESURES DE RENDEMENT			
GRC 1 : UNE DIFFUSION DES CONNAISSANCES PAR L'ENTREMISE DES PROGRAMMES DE LA SOCIÉTÉ, DE SES PARTENARIATS ET D'EXPÉRIENCES CAPTIVANTES POUR LES VISITEURS.			
Résultat	**Objectifs stratégiques**	**Indicateurs**	**Mesures**
1 : Une population canadienne intéressée au passé, au présent et à l'avenir des sciences, de la technologie et de la société grâce à des expériences captivantes et riches.	**1.1 :** Améliorer l'accès au contenu des musées par divers moyens, en ciblant plus particulièrement le site Web et les médias sociaux.	Le nouveau contenu du musée a été rendu accessible en ligne. L'initiative pancanadienne *Parlons énergie : idées d'avenir pour le Canada* a été mise en œuvre dans	**Objectifs « en ligne » pour 2011-2012** - Diminuer de 2,5 % le taux moyen de rebond. - Augmenter de 10 % le nombre moyen de pages consultées par visite.

	[redacted]	l'ensemble des trois musées de la Société. Les visiteurs ont réagi de façon positive aux services des musées.	- Augmenter de 15 % la durée moyenne du temps passé sur le site. - Offrir deux programmes pancanadiens (*Énergie*, Semaine nationale des sciences et de la technologie). Examiner le taux de satisfaction des visiteurs établi en fonction du sondage annuel auprès des visiteurs. **L'objectif pour 2011-2012 est de 85 %**. Analyser les recherches des visiteurs pour s'assurer de répondre à leurs besoins et à leurs attentes.

ACTIVITÉ DE PROGRAMME : PARTAGE DES CONNAISSANCES (éducation et diffusion externe)					
GRC 2 : Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale.		**Résultat 1 :** Le profil et l'impact de la Société sont rehaussés dans tous les territoires et provinces, grâce à divers intervenants des domaines des sciences, de la technologie et de la culture.		**Résultat 2 :** Les trois musées sont demeurés reconnus à l'échelle nationale à titre de destinations de choix pour les Canadiens et les Canadiennes.	
Objectif stratégique 2.1 : Renforcer le réseau national de la Société.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 2.1.1 : Prendre en charge la coordination de la Semaine nationale des sciences et de la technologie** **• 2.1.2 : Réaliser et surveiller une analyse coûts-avantages relativement aux protocoles d'entente actuels** **• 2.1.3 : Créer un programme pour les associés** **• 2.1.4 : Planifier la tenue de forums, de conférences et d'autres activités connexes d'envergure nationale et internationale** • 2.1.5 : Élaborer une stratégie visant à bâtir efficacement un réseau national en tirant profit d'ententes et de partenariats, en entretenant les relations avec les intervenants et en établissant un ou deux protocoles d'entente par année • 2.1.6 : Examiner l'efficacité du carrefour virtuel des sciences, de la technologie et de l'ingénierie • 2.1.7 : Gérer le programme pour les associés • 2.1.8 : Accueillir la conférence nationale de l'Association canadienne des centres de sciences • 2.1.9 : Accueillir la conférence du National Council on Public History				

Objectif stratégique 2.2 : Accroître la sensibilisation à l'échelle nationale.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 2.2.1 : Gérer les programmes d'apprentissage à distance et de vidéoconférence au MAEC** **• 2.2.2 : Élaborer une stratégie nationale en matière d'éducation** • 2.2.3 : Élaborer une stratégie pour le renouvellement du programme d'expositions itinérantes • 2.2.4 : Mettre en œuvre la stratégie nationale en matière d'éducation • 2.2.5 : Créer des kiosques ou des panneaux interactifs à installer de façon semi-permanente dans d'autres musées, dans les aéroports, dans les salles d'attente des hôpitaux, etc. • 2.2.6 : Mettre en œuvre la stratégie nationale en matière d'éducation • 2.2.7 : Examiner la stratégie pour augmenter les prêts d'artefacts en faisant la promotion de l'exposition des artefacts de la Société dans toutes les provinces et tous les territoires • 2.2.8 : Mettre en œuvre la stratégie nationale en matière d'éducation • 2.2.9 : Mettre en œuvre la stratégie nationale en matière d'éducation				
Objectif stratégique 2.3 : Accroître la reconnaissance de la Société à l'échelle nationale.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	• 2.3.1 : Élaborer un programme visant à offrir, hors site, des démonstrations, des exposés, des conférences et des trousses de réponses rapides • 2.3.2 : Coordonner une campagne relativement à des expositions virtuelles • 2.3.3 : Examiner le programme du Panthéon				
Objectif stratégique 2.4 : Concentrer les efforts sur le renouvellement des expositions et des espaces d'exposition au Musée des sciences et de la technologie du Canada.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 2.4.1 : Inaugurer l'exposition *L'énergie : le pouvoir choisir*** **• 2.4.2 : Élaborer de nouveaux outils et des processus novateurs visant à inciter l'industrie et les intervenants à fournir du nouveau contenu technologique à présenter au MSTC** • 2.4.3 : Concevoir une nouvelle exposition au moyen d'une nouvelle approche et d'une nouvelle plateforme de présentation • 2.4.4 : Rénover graduellement l'espace au MSTC • 2.4.5 : Inaugurer une nouvelle exposition				
Objectif stratégique 2.5 : Accorder davantage d'importance au thème de l'espace au Musée de l'aviation et de l'espace du Canada.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 2.5.1 : Lancer la programmation de *Parlons énergie*** **• 2.5.2 : Poursuivre l'intégration du thème de l'espace au MAEC** • 2.5.3 : Terminer l'intégration du thème de l'espace au MAEC • 2.5.4 : Mettre à jour les expositions sur l'espace				
Objectif stratégique 2.6 : Créer et animer un nouvel espace destiné aux programmes publics au Musée de l'agriculture du Canada.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 2.6.1 : Finaliser le programme fonctionnel et le programme d'exposition pour les nouveaux espaces** **• 2.6.2 : Lancer la programmation de *Parlons énergie*** **• 2.6.3 : Commencer la rénovation du bâtiment 94**				

	• 2.6.4 : Tenir les événements entourant le 125e anniversaire de la Ferme expérimentale centrale (2011) • 2.6.5 : Poursuivre la rénovation de l'établissement • 2.6.6 : Effectuer la planification en vue d'une nouvelle salle d'exposition • 2.6.7 : Ouvrir un nouvel espace pour une programmation à l'année • 2.6.8 : Inaugurer la nouvelle salle d'exposition • 2.6.9 : Préparer le programme d'expositions itinérantes à venir

INDICATEURS ET MESURES DE RENDEMENT			
GRC 2 : UNE PRÉSENCE, UNE PARTICIPATION ET DES RÉSEAUX À L'ÉCHELLE NATIONALE.			
Résultats	**Objectifs stratégiques**	**Indicateurs**	**Mesures**
1 : Le profil et l'impact de la Société sont rehaussés dans tous les territoires et provinces, grâce à divers intervenants des domaines des sciences, de la technologie et de la culture. **2 :** Les trois musées sont demeurés reconnus à l'échelle nationale à titre de destinations de choix pour les Canadiens et les Canadiennes.	**2.1 :** Renforcer le réseau national de la Société. **2.2 :** Accroître la sensibilisation à l'échelle nationale. **2.3 :** Accroître la reconnaissance de la Société à l'échelle nationale. **2.4 :** Concentrer les efforts sur le renouvellement des expositions et des espaces d'exposition au Musée des sciences et de la technologie du Canada. **2.5 :** Accorder davantage d'importance au thème de l'espace au Musée de l'aviation et de l'espace du Canada. **2.6 :** Créer et animer un nouvel espace destiné aux programmes publics au Musée de l'agriculture du Canada.	Le nombre de visiteurs sur place, de visiteurs virtuels et de visiteurs hors site a atteint les prévisions de la Société. Le programme de prêt d'artefacts a fait l'objet d'une bonne promotion. Des expositions ou des kiosques itinérants ont été présentés. De nouvelles expositions et des expositions modernisées ont été présentées au Musée des sciences et de la technologie du Canada. Le thème de l'espace a pris davantage d'importance au Musée de l'aviation et de l'espace du Canada. De nouveaux programmes et de nouvelles aires sont offerts au public au Musée de l'agriculture du Canada.	Examiner les nombres de visiteurs (sur place, visites virtuelles et hors site) et les comparer aux prévisions et aux nombres atteints les années précédentes. **L'objectif pour 2011-2012 est de 8 millions au total.** **Visites sur place projetées :** MSTC : 330 000 MAgC : 150 699 MAEC : 205 150 Augmentation de 3 % du nombre de visiteurs d'origines linguistiques diversifiées. Déterminer la proportion de visiteurs des musées de la Société qui proviennent de la région de la capitale nationale. Examiner le nombre de prêts d'artefacts, plus particulièrement le nombre de sites, de provinces et de territoires atteints. Monter une exposition majeure au MSTC. **Objectif pour 2011-2012 :** exposition *L'énergie : le pouvoir choisir*.

	[redacted]		Monter une exposition mineure sur l'espace au MAEC. Monter une exposition majeure en plein air et mettre en œuvre des résultats d'apprentissage sur l'énergie renouvelable dans le secteur de l'agriculture au MAgC. Programme classé « réussite » pour l'expérience des nouveaux visiteurs dans chacun des musées.

3.2 Activité de programme 2 : Préservation du patrimoine (collections et recherche)

Activités liées au développement et à la préservation de la collection.

GRC 3 Une collection de réputation internationale.

ACTIVITÉ DE PROGRAMME : PRÉSERVATION DU PATRIMOINE (collections et recherche)					
GRC 3 : Une collection de réputation internationale.				**Résultat :** Une collection enrichie et une plus grande réputation nationale et internationale.	
Objectif stratégique 3.1 : Faire progresser la Stratégie de développement de la collection et préserver la collection.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 3.1.1 : Poursuivre les évaluations historiques, les évaluations de la collection, le Projet de rationalisation de la collection, etc.** • 3.1.2 : Poursuivre les évaluations historiques, les évaluations de la collection, le Projet de rationalisation de la collection, etc. • 3.1.3 : Poursuivre les évaluations historiques, les évaluations de la collection, le Projet de rationalisation de la collection, etc. • 3.1.4 : Poursuivre les évaluations historiques, les évaluations de la collection, le Projet de rationalisation de la collection, etc. • 3.1.5 : Poursuivre les évaluations historiques, les évaluations de la collection, le Projet de rationalisation de la collection, etc.				

Objectif stratégique 3.2 : Respecter les normes de la Société concernant la documentation des collections en 2D et 3D.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 3.2.1 : Remplacer le système de bases de données des bibliothèques** **• 3.2.2 : Étudier et sélectionner un système de code à barres pour la collection en 3D** • 3.2.3 : Intégrer des bases de données de gestion de la collection afin d'améliorer l'accessibilité pour le public • 3.2.4 : Mettre en œuvre un système de code à barres ou d'identification par radiofréquence (IRF) pour la collection en 3D • 3.2.5 : Mettre en œuvre un système de code à barres ou d'IRF pour la collection en 3D • 3.2.6 : Mettre en œuvre un système de code à barres ou d'IRF pour la collection en 3D				
Objectif stratégique 3.3 : Rendre les collections en 2D et 3D de la Société plus accessibles aux Canadiens et aux Canadiennes.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 3.3.1 : Accroître et améliorer l'accès physique et virtuel à la collection** • 3.3.2 : Par l'intermédiaire de partenariats avec les établissements universitaires et collégiaux, améliorer les possibilités de faire des recherches érudites et éducatives axées sur la collection • 3.3.3 : Numériser les catalogues de fabricants et la collection d'archives • 3.3.4 : Numériser les catalogues de fabricants et la collection d'archives • 3.3.5 : Numériser les catalogues de fabricants et la collection d'archives • 3.3.6 : Numériser les catalogues de fabricants et la collection d'archives				
Objectif stratégique 3.4 : Acquérir des artefacts propres au Canada (ainsi qu'à d'autres pays et qui ont un lien avec le Canada) au moyen de travaux sur le terrain, de dons et, si possible, d'achats.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**•3.4.1 : Poursuivre l'acquisition d'artefacts par l'intermédiaire de travaux sur le terrain, de dons, de legs et, si possible, d'achats** •3.4.2 : Poursuivre l'acquisition d'artefacts par l'intermédiaire de travaux sur le terrain, de dons, de legs et, si possible, d'achats				

INDICATEURS ET MESURES DE RENDEMENT			
GRC 3 : UNE COLLECTION DE RÉPUTATION INTERNATIONALE			
Résultat	**Objectifs stratégiques**	**Indicateurs**	**Mesures**
3 : Une collection enrichie et une plus grande réputation nationale et internationale.	**3.1 :** Faire progresser la Stratégie de développement de la collection et préserver la collection. **3.2 :** Respecter les normes de la Société concernant la documentation des collections en 2D et en 3D.	Les chercheurs ont pu consulter la collection sur place. On a poursuivi la numérisation de la collection afin d'améliorer l'accès en ligne à l'intention de tous les Canadiens et Canadiennes.	Augmentation de la quantité d'artefacts correctement catalogués. **Objectif pour 2011-2012 : 53,5 %.** Augmentation de la proportion de la Stratégie de développement de la collection qui a été mise en œuvre.

	3.3 : Rendre les collections en 2D et 3D de la Société plus accessibles aux Canadiens et Canadiennes. **3.4 :** Acquérir des artefacts propres au Canada (ainsi qu'à d'autres pays et qui ont un lien avec le Canada) au moyen de travaux sur le terrain, de dons et, si possible, d'achats.	La collection a été cataloguée selon les normes de la Société et de l'industrie. Des artefacts ont été acquis, ce qui a enrichi la collection nationale.	**Objectif pour 2011-2012 : 81 %.** Examen de l'avancement de la numérisation de la collection, et comparaison avec des données sur l'accès par le public avec celles des années précédentes.

3.3 Activité de programme 3 : Services internes (gestion d'entreprise)

Gouvernance et gestion de l'infrastructure, des ressources et des services de la Société.

GRC 4 La viabilité organisationnelle.

GRC 5 Un employeur de choix.

ACTIVITÉ DE PROGRAMME 3 : SERVICES INTERNES (gestion d'entreprise)					
GRC 4 : La viabilité organisationnelle.			**Résultat :** Une gestion et une gouvernance responsables en ce qui a trait aux ressources financières et aux autres ressources.		
Objectif stratégique 4.1 : Améliorer et renforcer les partenariats d'affaires.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 4.1.1 : Analyser les tendances de l'industrie et du marché** **• 4.1.2 : Tirer profit des partenariats et des protocoles d'entente afin d'améliorer les résultats** **• 4.1.3 : Établir un cadre de commandite** **• 4.1.4 : Mettre en œuvre en entier la stratégie de planification de la relève et de formation, de même qu'un cadre s'inscrivant dans le plan de relève des ressources humaines** • 4.1.5 : Mettre en œuvre un cadre de commandite				
Objectif stratégique 4.2 : Optimiser les processus afin de favoriser les économies et d'accroître les recettes.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 4.2.1 : Examiner chaque année tous les programmes de production de recettes afin d'assurer l'augmentation des recettes et de la fréquentation; actualiser la boutique en ligne et le site de commerce électronique** **• 4.2.2 : Examiner et mettre à jour l'ensemble des politiques, des directives et des lignes directrices de la Société sur une période de cinq ans** • 4.2.3 : Examiner chaque année tous les programmes de production de recettes afin d'assurer l'augmentation des recettes et de la fréquentation; actualiser la boutique en ligne et le site de commerce électronique • 4.2.4 : Établir un réseau de soutien pour le recrutement de bénévoles et la stratégie de maintien en poste				

	• 4.2.5 : Examiner chaque année tous les programmes de production de recettes afin d'assurer l'augmentation des recettes et de la fréquentation; actualiser la boutique en ligne et le site de commerce électronique • 4.2.6 : Examiner chaque année tous les programmes de production de recettes afin d'assurer l'augmentation des recettes et de la fréquentation; actualiser la boutique en ligne et le site de commerce électronique • 4.2.7 : Examiner chaque année tous les programmes de production de recettes afin d'assurer l'augmentation des recettes et de la fréquentation; actualiser la boutique en ligne et le site de commerce électronique

Objectif stratégique 4.3 : Surveiller et évaluer le rendement du capital investi (RCI) aux fins de l'affectation des ressources humaines et fiscales.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 4.3.1 : Créer un cadre d'examen des objectifs et des réalisations attendues en matière de planification et de surveillance** **• 4.3.2 : Soutenir les fonctions de la Fondation de la Société** **• 4.3.3 : Établir un cadre de commandite**				
Objectif stratégique 4.4 : Remplir les conditions requises et présenter la candidature de la Société afin d'être désignée, par une organisation externe reconnue, en tant qu'organisation exerçant la meilleure gouvernance.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 4.4.1 : Traiter les questions soulevées dans l'évaluation de l'état de préparation du conseil d'administration, en vue d'être reconnu comme entité exerçant la meilleure gouvernance organisationnelle** • 4.4.2 : Présenter la candidature de la Société en vue de l'obtention du prix de gouvernance organisationnelle				

INDICATEURS ET MESURES DE RENDEMENT			
GRC 4 : LA VIABILITÉ ORGANISATIONNELLE.			
Résultat	**Objectifs stratégiques**	**Indicateurs**	**Mesures**
Une gestion et une gouvernance responsables en ce qui a trait aux ressources financières et aux autres ressources.	**4.1 :** Améliorer et renforcer les partenariats d'affaires. **4.2 :** Optimiser les processus afin de favoriser les économies et d'accroître les recettes. **4.3 :** Surveiller et évaluer le RCI aux fins de l'affectation des ressources humaines et fiscales.	Augmenter les recettes provenant des activités commerciales. Augmenter les recettes provenant des activités de commandite. Augmenter le nombre d'abonnements renouvelés et de nouveaux abonnements.	Examiner les rapports financiers trimestriels pour s'assurer que les objectifs sont atteints et apporter les modifications nécessaires. **Objectif pour 2011-2012 : 5,3 millions de dollars en revenus bruts (dont 1 million de dollars en contributions, notamment en nature).**

	4.4 : Remplir les conditions requises et présenter la candidature de la Société afin d'être désignée en tant qu'organisation exerçant la meilleure gouvernance.	Mettre en œuvre des initiatives d'écologisation.	Revoir le nombre d'initiatives d'écologisation et leur RCI. **Objectif pour 2011-2012 : une initiative.** Réduire de 20 % l'utilisation du papier. Évaluation des critères à respecter pour exercer la meilleure gouvernance organisationnelle, par rapport aux pratiques du conseil d'administration.

ACTIVITÉ DE PROGRAMME 3 : SERVICES INTERNES (gestion d'entreprise)					
GRC 5 : Un employeur de choix.			**Résultat :** La Société a attiré, formé, appuyé et maintenu en poste une main-d'œuvre hautement qualifiée, dynamique et diversifiée.		
Objectif stratégique 5.1 : Fournir les outils et les installations nécessaires pour favoriser un environnement de travail durable.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 5.1.1 : Fournir un accès sans fil dans les zones principales du Musée des sciences et de la technologie du Canada** **• 5.1.2 : Mettre en œuvre le système de gestion de contenu de la Société** • 5.1.3 : Fournir un accès sans fil dans les zones principales du Musée de l'agriculture du Canada				
Objectif stratégique 5.2 : Offrir diverses possibilités de carrière et de perfectionnement professionnel.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 5.2.1 : Soutenir les employés qui démontrent un leadership potentiel et qui cherchent des possibilités de perfectionnement professionnel** • 5.2.2 : Élaborer une stratégie afin que la Société jouisse d'un effectif représentatif • 5.2.3 : Chercher des possibilités de démontrer le leadership de la Société à l'échelle nationale lors de conférences et d'ateliers				
Objectif stratégique 5.3 : Promouvoir le leadership à chaque niveau et permettre aux employés de partager connaissances, compétences et expertise, à l'interne comme à l'externe.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 5.3.1 : Faire participer les employés au processus de planification stratégique** **• 5.3.2 : Encourager et soutenir l'adhésion à des organismes et associations externes** **• 5.3.3 : Promouvoir une utilisation appropriée des deux langues officielles par tous les employés, dans les courriels et les présentations** **• 5.3.4 : Créer un environnement favorisant l'équilibre travail-vie** • 5.3.5 : Soutenir les « activités dépassant les attentes » et la banque d'idées, et y avoir recours • 5.3.6 : Élaborer une méthode de collecte de données sur la participation des employés aux activités communautaires, afin de promouvoir la responsabilité sociale de la Société; soutenir les employés				

Objectif stratégique 5.4 : Remplir les conditions requises et présenter la candidature de la Société afin d'être désignée, par un organisme externe reconnu, en tant qu'employeur de choix.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 5.4.1 : Reconnaître les réalisations des employés et les prix qui leur sont décernés** • 5.4.2 : Traiter les questions soulevées dans l'évaluation de l'état de préparation de la Société, en vue d'être reconnue comme employeur de choix • 5.4.3 : Traiter les questions soulevées dans l'évaluation de l'état de préparation de la Société, en vue d'être reconnue comme employeur de choix				

INDICATEURS ET MESURES DE RENDEMENT			
GRC 5 : UN EMPLOYEUR DE CHOIX.			
Résultat	**Objectifs stratégiques**	**Indicateurs**	**Mesures**
La Société a attiré, formé, appuyé et maintenu en poste une main-d'œuvre hautement qualifiée, dynamique et diversifiée.	**5.1 :** Fournir les outils et les installations nécessaires pour favoriser un environnement de travail durable. **5.2 :** Offrir diverses possibilités de carrière et de perfectionnement professionnel. **5.3 :** Promouvoir le leadership à chaque niveau et permettre aux employés de partager leurs connaissances, compétences et expertise, à l'interne comme à l'externe. **5.4 :** Remplir les conditions requises et présenter la candidature de la Société afin d'être désignée, par un organisme externe reconnu, en tant qu'employeur de choix.	Un plan de relève a été élaboré pour tous les postes essentiels. Des possibilités de formation ont été offertes afin d'aider les employés dans le cadre de leur carrière et de leur perfectionnement professionnel. La Société a été reconnue, par un organisme externe, en tant qu'employeur de choix.	Évaluer le taux de satisfaction des employés. **Objectif pour 2011-2012 : 80 %.** Évaluer la satisfaction des clients à l'interne. **Objectif pour 2011-2012 : 70 %.** Achever les évaluations de rendement. **Objectif : 100 %**. En comparaison avec les années précédentes, examiner le nombre d'heures allouées aux employés pour la formation et le perfectionnement professionnel, selon les plans de formation. Vérifier le nombre d'employés encadrés par un mentor. Évaluer les critères à respecter pour devenir un employeur de choix, par rapport aux pratiques de la Société et aux services qu'elle offre.

3.4 Activité de programme 4 : Installations

Environnement physique nécessaire pour abriter, protéger et exposer la collection; installations publiques pour accueillir sur place des centaines de milliers de visiteurs chaque année; et bureaux du personnel et de l'administration.

GRC 2 Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale.

GRC 3 Une collection de réputation internationale.

GRC 4 La viabilité organisationnelle.

ACTIVITÉ DE PROGRAMME 4 : INSTALLATIONS					
GRC 2 : Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale.				**Résultat :** Créer pour toute la population canadienne des destinations reconnues à l'échelle nationale	
Objectif stratégique 2.7 : Poursuivre les travaux sur le nouveau bâtiment du MSTC.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 2.7.1 : Établir un cadre relativement à l'expérience des visiteurs à l'égard du nouveau bâtiment prévu pour le MSTC** **• 2.7.2 : Appuyer la campagne de sensibilisation nationale pour le nouveau MSTC** • 2.7.3 : Élaborer le programme fonctionnel pour le nouveau MSTC • 2.7.4 : Entreprendre le processus de sélection des architectes pour le nouveau MSTC				
GRC 3 : Une collection de réputation internationale.				**Résultat :** Une collection enrichie et une plus grande réputation nationale et internationale.	
Objectif stratégique 3.5 : Construire un nouveau bâtiment pour abriter la collection de réserve.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 3.5.1 : Poursuivre le Projet de rationalisation de la collection** **• 3.5.2 : Améliorer les processus actuels d'entreposage et de palettisation des collections en 2D et 3D en vue du déplacement de la collection de réserve** • 3.5.3 : Poursuivre le Projet de rationalisation de la collection • 3.5.4 : Mettre en œuvre le plan d'exécution pour l'option approuvée				
GRC 4 : La viabilité organisationnelle.				**Résultat :** Une gestion et une gouvernance responsables en ce qui a trait aux ressources financières et aux autres ressources.	
Objectif stratégique 4.4 : Terminer les projets d'immobilisations planifiés et en cours.					
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Stratégies	**• 4.4.1 : Consulter le plan d'immobilisations pour connaître les détails de l'allocation des fonds**				

INDICATEURS ET MESURES DE RENDEMENT			
ACTIVITÉ DE PROGRAMME : INSTALLATIONS.			
Résultats	**Objectifs stratégiques**	**Indicateurs**	**Mesures**
GRC 2 : Une présence, une participation et des réseaux à l'échelle nationale**.** **GRC 3 :** Une collection de réputation internationale. **GRC 4 :** La viabilité organisationnelle.	**2.7 :** Poursuivre les travaux sur le nouveau bâtiment du Musée des sciences et de la technologie du Canada. **3.5 :** Construire un nouveau bâtiment pour abriter la collection en réserve. **4.4 :** Terminer les projets d'immobilisations planifiés et en cours.	La Société a entreposé la collection du mieux qu'elle le pouvait. Les projets d'immobilisations ont été réalisés dans le respect des délais et des budgets. Le choix du site et le soutien financier ont été approuvés à l'égard du projet d'un nouveau MSTC. Un partenariat a été établi pour la construction d'un nouveau bâtiment devant abriter la collection en réserve.	Accroître le pourcentage de la collection hébergée de façon appropriée. Hausser les normes muséologiques à l'égard des collections et des espaces d'exposition.

4.0 ATTEINTE DES OBJECTIFS EN 2010-2011

Le plan d'entreprise de la Société de 2010-2011 à 2014-2015 établit les objectifs et les résultats clés pour chaque activité de programme. Dans le cadre de ce plan, la Société s'est engagée à mener à bien de nombreuses activités clés d'ici le 31 mars 2011. Ce qui suit met en valeur le rendement de la Société par rapport à ses objectifs.

4.1 Diffusion des connaissances (éducation et diffusion externe)

Interprétation de la collection et démonstration de produits et de procédés scientifiques et technologiques à l'intention de la population canadienne.

La Société poursuit ses efforts pour atteindre les Canadiens et Canadiennes partout au pays grâce à divers produits et expériences. La Société demeure également une présence importante dans la région de la capitale nationale en offrant des activités exceptionnelles et une programmation innovatrice.

Objectifs : GRC 1	**Résultats**
2 nouveaux partenariats avec les secteurs public ou privé par musée.	6 nouveaux partenariats avec le secteur public.
3,5 millions de visites virtuelles.	3,8 millions de visites virtuelles (projetées).
1,5 million de visites hors site.	5,3 millions de visites hors site (jusqu'à maintenant; l'installation à l'Aéroport international Pierre-Elliott-Trudeau a déjà attiré plus de 3,5 millions de visiteurs).
Objectifs : GRC 2	**Résultats**
85 % des visiteurs recommandent la visite des musées de la Société.	87,4 % pour le MSTC, 94,0 % pour le MAEC et 92,9 % pour le MAgC.
10 % de nouvelles activités interactives ou touche-à-tout.	25 % au 30 septembre 2010, dans les trois musées : 111 unités interprétatives et 30 unités interactives.
25 % des artefacts exposés représentant de nouvelles technologies.	Les nouvelles technologies exposées dans les trois musées comptent : - MAgC : chèvres Nexia; - MAEC : jet prototype de chasseur à réaction F-35; - MSTC : implants cornéens et la super voiture Tesla Roadster.

Autres activités importantes :

- La fréquentation aux trois musées est restée stable en 2010-2011 :
    - MAgC (projetée) : 140 552
    - MAEC (projetée) : 205 150
    - MSTC (projetée) : 295 000
- Les trois musées de la Société maintiennent une forte présence dans divers sites de médias sociaux.
- Plus de 250 000 visites des 900 photos sur Flickr.
- Près de 220 000 (nombre projeté d'ici le 31 mars 2011) visionnements des près de 200 vidéos affichées sur YouTube.
- Les trois musées ont augmenté leur utilisation de Facebook afin de promouvoir leurs activités, diffuser des nouvelles et présenter des artefacts et des images. Grâce à cette utilisation accrue, les pages Facebook des musées ont fait l'objet d'une importante hausse de fréquentation, car d'autres utilisateurs de Facebook les ont référées par l'intermédiaire de Twitter et par courriel. Les hausses de fréquentation des pages Facebook sont les suivantes :
    - MAgC : 171 %;
    - MAEC : 74 %;
    - MSTC : 24 %.

4.2 Préservation du patrimoine (collections et recherche)

Activités liées au développement et à la préservation de la collection.

Au fur et à mesure que les sciences, la technologie et le génie évoluent, la Société continue d'acquérir de nouveaux artefacts et objets qui représentent les technologies émergentes. La Société continue de préserver cette collection pour les générations futures en mettant en place et en maintenant les conditions appropriées pour l'entreposage et l'exposition d'artefacts et de matériel d'archives. La collection est gérée de manière à ce que le personnel et le grand public y aient un accès à la fois physique et virtuel.

Objectifs : GRC 3	Résultats
Terminer 78 % de la Stratégie de développement de la collection.	Cet objectif sera atteint, malgré le fait que plusieurs conservateurs ont concentré leurs efforts sur l'importante initiative pancanadienne *Parlons énergie : idées d'avenir pour le Canada*.
53,5 % de la collection en 3D de la Société est documentée selon les normes actuelles de la Société.	L'objectif de 53,5 % sera atteint d'ici la fin de 2010-2011.
Examen de 350 artefacts dans le cadre du projet de documentation.	Plus de 350 artefacts seront examinés d'ici la fin de 2010-2011.
Production de rapports de conservation pour les nouvelles acquisitions.	300 nouvelles acquisitions seront dotées de rapports de conservation appropriés.

Autres activités importantes :

- La Société reste engagée à offrir à la population canadienne tout entière un meilleur accès à la collection en continuant à offrir des visites guidées spécialisées des installations de la collection en réserve et du hangar du MAEC, ainsi qu'en numérisant la collection. En novembre 2010, au-delà de 5 500 visiteurs avaient profité de plus de 370 visites guidées des collections.

- Plus de 350 artefacts de la Société étaient exposés dans 59 musées répartis dans 8 provinces et 2 territoires. Plus de 530 000 visiteurs ont pu profiter de ces occasions pour voir une partie de l'impressionnante collection de la Société par l'entremise de son programme de prêt d'artefacts.

- Les trois musées de la Société ont aussi exposé des artefacts de partout au Canada, offrant ainsi à des musées (grands, moyens et petits) la possibilité de présenter leurs trésors à un auditoire national. En 2010-2011, plus de 1 000 artefacts provenant d'autres établissements ont été exposés dans les trois musées de la Société.

4.3 Services internes (gestion d'entreprise)

Gouvernance et gestion de l'infrastructure, des ressources et des services de la Société.

La capacité de la Société de réaliser son mandat dépend de la façon dont elle gère ses ressources dans une perspective de viabilité organisationnelle à long terme. La Société continue de gérer ses ressources de façon très efficace et maintient une saine gouvernance organisationnelle.

Objectifs : GRC 4	Résultats
4,98 millions de dollars en chiffre d'affaires brut total, dont 1 million de dollars en contributions, y compris les activités commanditées.	4,7 millions de dollars (projeté). Le rendement prévu est tout juste inférieur aux résultats de l'an dernier (2009-2010 : 4,728 millions de dollars). Cette baisse s'explique par la perte de revenus de location à la suite du départ de la Gendarmerie royale du Canada, la boutique temporaire au MAEC et les faibles taux d'intérêt. De plus, en 2010-2011, la Société recevra 500 000 $ en dons et services en nature.
15 % des politiques, directives et lignes directrices de la Société sont examinées et mises à jour chaque année (ou de nouvelles sont élaborées).	25 % de ces documents ont été examinés.
Une initiative par année visant des améliorations en ce qui concerne des objectifs d'écologisation.	Installation de panneaux solaires sur le toit du MAEC. Mise en œuvre de politiques à l'échelle de la Société : par exemple, toutes les imprimantes de la Société ont été réglées par défaut pour imprimer à double face; l'utilisation de produits nettoyants verts fait partie des contrats de nettoyage; et les lumières sont dotées de capteurs de façon à s'éteindre automatiquement.
Objectifs : GRC 5	**Résultats**
Que la Société soit désignée en tant qu'employeur de choix d'ici cinq ans.	La Société effectue actuellement des recherches pour déterminer quels sont les critères à respecter.
100 % des évaluations du rendement du personnel sont faites chaque année.	100 % des évaluations ont été faites.

Autres activités importantes :

- Le succès remarquable du programme des membres de la Société se poursuit et le programme compte plus de 5 500 membres actifs, soit le plus grand nombre de membres parmi toutes les sociétés de musées nationaux.

- Les vols en hélicoptère et en biplan offerts par le MAEC sont toujours très populaires; plus de 3 000 personnes ont profité de l'expérience, produisant plus de 25 000 $ en recettes.

- La Société s’est donné l’objectif d’examiner toutes ses politiques, directives et lignes directrices d’entreprise sur une période de cinq ans. En 2010-2011, plus de 25 % de ces documents ont été examinés.

- La boutique électronique a été complètement réaménagée, ce qui s’est traduit par une augmentation de 10 % des ventes (janvier 2011) par rapport au même moment l’an dernier.

- Plus de 25 partenariats et ententes de commandite ont été établis pour rehausser la visibilité nationale et pour offrir des produits supplémentaires à des coûts réduits.

- Près de 20 partenariats avec des organismes et des ministères du gouvernement fédéral ont permis de donner un visage à leurs innovations en sciences et en technologies.

- Le programme de location des installations de la Société a connu une autre année couronnée de succès grâce à la signature de plus de 100 contrats de location et la participation de 19 000 personnes jusqu’à maintenant (janvier 2011).

- D’ici mars 2011, 100 % des évaluations du rendement seront terminés.

4.4 Installations

Environnement physique nécessaire pour abriter, protéger et exposer la collection; installations publiques pour accueillir sur place des centaines de milliers de visiteurs chaque année; et bureaux du personnel et de l’administration.

Les installations de la Société ont des répercussions immédiates sur le profil de la Société, sur la qualité de l’expérience des visiteurs et sur le statut des musées en tant que destinations majeures. La superficie et la qualité d’aires d’entreposage appropriées ont une incidence importante sur la capacité de la Société de développer et de préserver la collection. Pour sa part, le milieu de travail joue un rôle important sur le plan du bien-être et de la satisfaction du personnel. La gestion rentable et efficace des installations est aussi un facteur clé de la viabilité générale de la Société.

Objectifs : GRC 2	**Résultats**
Mise en œuvre d'une campagne de communication et d'une campagne de financement nationales pour un nouveau MSTC.	En cours.
Mise en place d'un protocole d'entente avec Agriculture et Agroalimentaire Canada.	Terminé.
Objectif : GRC 3	**Résultats**
Obtenir le soutien d'un ou de plusieurs partenaires du secteur privé pour l'aménagement de nouvelles installations d'entreposage pour la collection.	En cours.
Objectifs : GRC 4	**Résultats**
Achèvement des travaux au Musée de l'aviation et de l'espace du Canada.	Terminé.
Élaboration d'un plan de site pour le Musée de l'agriculture du Canada.	Terminé.

Autre activité importante :

- Un réseau impressionnant et diversifié de commanditaires de partout au pays a créé des liens avec nos activités en 2010-2011, essentiellement dans le cadre de l'initiative sensibilisation aux enjeux énergétiques.

5.0 PLAN FINANCIER

5.1 Sommaire financier 2011-2016

Pour la période de planification 2011-2016, la Société dispose de crédits parlementaires de base de 26,491 millions de dollars par année et prévoit des recettes de 4,8 millions de dollars à 5,6 millions de dollars. Les tableaux qui accompagnent le présent sommaire présentent les plans financiers de la Société pour cette période. C'est durant cette période que prendra fin l'injection de capitaux sur plusieurs années définie dans le budget de 2006, et servant à la rénovation de l'infrastructure immobilière vieillissante de la Société.

En 2010-2011, la Société a eu la chance d'obtenir 3,7 millions de dollars pour alléger les pressions financières sur son budget de fonctionnement. Ces fonds ont permis d'atténuer en partie les pertes de l'année précédente et de stabiliser la participation financière de la SMSTC. Ce financement a permis à la Société de gérer ses trois sites publics pendant l'exercice 2010-2011, de rembourser les fonds empruntés aux activités de programme pour alléger les pressions inflationnistes associées aux impôts et à l'entretien des immeubles, et de faire avancer certains enjeux de son mandat, comme l'accroissement de ses activités nationales de sensibilisation et la réalisation de projets concernant les collections et visant à préserver le patrimoine national du Canada. Les progrès à venir dépendront de la disponibilité de fonds additionnels, qu'ils proviennent du secteur public ou du secteur privé.

La Société est soumise à quatre tensions de coûts qui influent sur son solde financier pour 2011-2012.

- **Inflation**

  Les crédits parlementaires de la Société n'ont pas été rajustés pour tenir compte du coût croissant de fonctionnement de ses installations. Contrairement à d'autres organismes gardiens du gouvernement du Canada, les musées nationaux ne bénéficient pas d'une « protection contre l'inflation », ce qui crée des pressions financières récurrentes et constantes.

- **Hangar d'entreposage**

  Les coûts d'exploitation du hangar d'entreposage au Musée de l'aviation et de l'espace du Canada ne sont pas provisionnés. Cela représente des coûts additionnels de 1,475 million de dollars par année pour la Société.

- **Entretien du parc immobilier**

  Les coûts d'entretien du parc immobilier vieillissant de la Société sont financés au cas par cas, ce qui crée des pressions financières, des retards dans l'entretien et une augmentation des coûts.

- **Frais de règlement judiciaire**

  En 2011-2012, la Société a choisi de régler à l'amiable une poursuite judiciaire pour un montant de 500 000 $.

  Ces pressions combinées représentent 2 millions de dollars en 2011-2012, que la Société a atténuées partiellement en :

  - repoussant indéfiniment certains projets prévus à l'origine pour l'exercice 2010-2011 et représentant 501 000 $ (réseau ConnexScience, développement d'applications pour les médias sociaux et construction du plateau de démonstration au MSTC);
  - réduisant le budget général de 5 % et l'effectif de 10 % afin d'économiser 1,7 million de dollars par année.

	2010-2011 Réel	2011-2012 Prévision	2012-2013 Budget	2013-2014 Budget	2014-2015 Budget	2015-2016 Budget
BILAN — Comptabilité d'exercice						
ACTIF						
Réel						
Encaisse et placement à court terme	13 354 $	9 112 $	8 015 $	8 181 $	8 329 $	8 475 $
Débiteurs :						
- Ministères	1 330 $	900 $	900 $	900 $	900 $	900 $
- Fournisseurs	368 $	325 $	325 $	325 $	325 $	325 $
Inventaires	409 $	450 $	450 $	450 $	450 $	450 $
Frais payés d'avance	200 $	250 $	250 $	250 $	250 $	250 $
	15 661 $	11 037 $	9 940 $	10 106 $	10 254 $	10 400 $
Encaisse et placement affectés	- $	- $	- $	- $	- $	- $
Collection	1$	1 $	1 $	1 $	1 $	1 $
Immobilisations corporelles	64 865 $	66 570 $	66 928 $	64 095 $	61 225 $	58 317 $
Immobilisations incorporelles	352 $	147 $	147 $	147 $	147 $	147 $
	80 879 $	77 755 $	77 016 $	74 349 $	71 627 $	68 865 $
PASSIF ET AVOIR						
Réels						
Créditeurs et charges à payer						
- Ministères	806 $	500 $	500 $	500 $	500 $	500 $
- Fournisseurs	4 266 $	2 500 $	2 500 $	2 500 $	2 500 $	2 500 $
Tranche à court terme des avantages sociaux futurs	614 $	500 $	500 $	500 $	500 $	500 $
Revenus reportés	1 045 $	800 $	800 $	800 $	800 $	800 $
	6 731 $	4 300 $	4 300 $	4 300 $	4 300 $	4 300 $
Avantages sociaux futurs	1 956 $	2 200 $	2 250 $	2 300 $	2 350 $	2 400 $
Avances à long terme	4 533 $	4 533 $	4 533 $	4 533 $	4 500 $	4 400 $
Financement des immobilisations reporté	57 353 $	57 321 $	56 366 $	53 533 $	50 663 $	47 855 $
Avoir des actionnaires	10 306 $	9 606 $	9 772 $	9 888 $	10 019 $	10 115 $
	80 879 $	77 960 $	77 221 $	74 554 $	71 832 $	69 070 $
ÉTAT DES RÉSULTATS						
REVENUS						
Droits d'entrée						
Sciences et technologie	1 197 $	1 125 $	1 275 $	1 300 $	1 325 $	1 350 $
Aviation et espace	440 $	475 $	500 $	520 $	535 $	540 $
Agriculture	466 $	485 $	450 $	500 $	520 $	525 $
Autres	708 $	775 $	750 $	775 $	800 $	825 $
Activités commerciales	757 $	985 $	1 100 $	1 20 $0	1 200 $	1 225 $
Développement d'entreprise	815 $	925 $	950 $	1 000 $	1 050 $	1 100 $
Intérêts	128 $	100 $	100 $	80 $	60 $	40 $
	4 511 $	4 870 $	5 125 $	5 375 $	5 490 $	5605 $
DÉPENSES						
Préservation du patrimoine	4 891 $	4 500 $	4 410 $	4 350 $	4 350 $	4 350 $
Diffusion des connaissances	13 090 $	12 300 $	11 511 $	11 300 $	11 250 $	11 250 $
Activités de soutien	6 398 $	6 400 $	6 279 $	6 100 $	6 100 $	6 100 $
Installations	9 480 $	9 256 $	9 000 $	9 150 $	9 300 $	9 450 $
Amortissement	3 387 $	3 450 $	3 645 $	3 683 $	3 720 $	3 758 $
	37 246 $	35 906 $	34 845 $	34 583 $	34 720 $	34 908 $
Résultats d'exploitation nets avant financement public	(32 735) $	(31 036) $	(29 720) $	(29 208) $	(29 230) $	(29 303) $
Crédits parlementaires*	33 179 $	30 336 $	29.886 $	29 324 $	29 361 $	29 399 $
Bénéfice net (perte)	**444 $**	**(700) $**	**166 $**	**116 $**	**131 $**	**96 $**
Autres éléments du résultat étendu (Perte)	-	-	-	-	-	-
Résultat étendu de l'exercice (Perte)	**444 $**	**(700) $**	**166 $**	**116 $**	**131 $**	**96 $**
Avoir des actionnaires au début de l'exercice	9 862 $	10 306 $	9 606 $	9 772 $	9 888 $	10 019 $
Avoir des actionnaires en fin de l'exercice	**10 306 $**	**9 606 $**	**9 772 $**	**9 888 $**	**10 019 $**	**10 115 $**

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

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
FINANCEMENT						
Crédits	25 604 $	26 491 $	26 491 $	26 491 $	26 491 $	26 491 $
Financement ponctuel	6 070 $	3 813 $	2 440 $	- $	- $	- $
Budget de 2010	3 696 $	-$	- $	- $	- $	- $
Sous-total budget principal des dépenses	35 370 $	30 304 $	28 931 $	26 491 $	26 491 $	26 491 $
Crédits inutilisé reçus à des fins particulières	-$	- $	-	- $	- $	- $
Crédits parlementaires reportés utilisés dans l'exercice	3 858 $	1 737 $	1 313 $	- $	- $	- $
Montant utilisé pour l'achat de biens immobilisés amortissables	(9 423) $	(5 055) $	(3 903) $	(750) $	(750) $	(750) $
Amortissement du financement des immobilisations reporté	3 374 $	3 350 $	3 545 $	3 583 $	3 620 $	3 658 $
Crédits parlementaires présentés dans les états financiers	33 179 $	30 336 $	29 886 $	29 324 $	29 361 $	29 399 $
ÉTAT DE TRÉSORERIE						
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT						
Encaisse (clients)	3 925 $	4 998 $	5 025 $	5 295 $	5 430 $	5 565 $
Appropriations parlementaires	31 718 $	25 149 $	24 928 $	25 641 $	25 641 $	25 641 $
Décaissement (employés et fournisseurs)	(32 587) $	(34 489) $	(31 150) $	(30 850) $	(30 950) $	(31 100) $
Intérêts reçus	130 $	100 $	100 $	80 $	60 $	40 $
Total des flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement	**3 186 $**	**(4 242) $**	**(1 097) $**	**166 $**	**181 $**	**146 $**
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT						
Acquisition de propriétés et d'équipement	(11 088) $	(5 055) $	(3 903) $	(750) $	(750) $	(750) $
Augmentation (diminution) de l'encaisse et des placements affectés	- $	- $	-$	- $	-$	- $
Total des flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	**(11 088) $**	**(5 055) $**	**(3 903) $**	**(750) $**	**(750) $**	**(750) $**
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS DE FINANCEMENT						
Financement pour l'acquisition de propriétés et d'équipement	5 565 $	5 055 $	3 903 $	750 $	750 $	750 $
Augmentation des avances à long terme	65 $	- $	- $	-$	(33) $	- $
Apports affectés et revenus de placement connexes	- $	- $	- $	-$	-$	- $
Total des flux de trésorerie liés aux activités de financement	**5 630 $**	**5 055 $**	**3 903 $**	**750 $**	**717 $**	**750 $**
Augmentation (diminution) de l'encaisse et des investissements à court terme	**(2 272) $**	**(4 242) $**	**(1 097) $**	**166 $**	**148 $**	**146 $**
Encaisse et placement à court terme au début de l'exercice	15 626 $	13 354 $	9 112 $	8 015 $	8 181 $	8 329 $
Encaisse et placement à court terme à la fin de l'exercice	**13 354 $**	**9 112 $**	**8 015 4**	**8 181 $**	**8 329 $**	**8 475 $**

5.1.1 Revenus

- **Droits d'entrée**

  Le montant des recettes que l'on prévoit obtenir grâce aux droits d'entrée en 2011-2012 est fondé sur l'hypothèse que la fréquentation du MAEC et ses programmes scolaires augmenteront avec l'ouverture des nouveaux hall d'entrée, auditorium et salles de classe. Le niveau actuel de fréquentation pour les autres musées sera difficile à maintenir compte tenu de la situation économique mondiale actuelle et de son incidence sur le tourisme. Le MAgC reprendra toutes ses activités lorsque nous récupérerons l'accès à la grange pour petits animaux (bâtiment 91), qui a été réaménagée au cours des deux dernières années pour des raisons de santé et de sécurité, et que nous recommencerons les randonnées en charrette tirée par des chevaux.

- **Autres**

  La Société fournit une variété de services aux visiteurs et aux autres clients de ses musées. On pense notamment aux expositions itinérantes, à la location de salles et aux activités de la ferme. Or, les recettes découlant de ces services vont augmenter grâce à de nouveaux produits et à des outils de promotion conçus pour assurer une croissance à long terme. La Société consacre en outre beaucoup d'énergie à la recherche de nouvelles sources de revenus et a concentré ses efforts sur des initiatives rentables fondées sur l'analyse comparative de la rentabilité des activités actuelles. La Société prévoit avec enthousiasme présenter ses premières activités plus tard cette année et accroître ce marché au Musée de l'aviation et de l'espace du Canada.

  D'autres revenus tirés d'une variété de sources, comme les services de conservation ou de restauration, s'établissent selon le principe du recouvrement des coûts; s'ajoutent les revenus provenant de la Fondation pour la Soirée du MSTC.

- **Activités commerciales**

  Les recettes provenant des boutiques de cadeaux des trois musées sont directement tributaires d'un nombre constant et régulier de visiteurs. La construction d'un auditorium et le réaménagement du hall d'entrée du MAEC auront des incidences à ce chapitre. L'accroissement des efforts visant à développer de nouveaux produits originaux devrait se traduire par une augmentation des ventes à la boutique du MSTC et aider à compenser les hausses salariales. On s'attend à tirer un léger profit des ventes extérieures au détail au moyen d'outils tels que le catalogue *Sélections* (produit en collaboration avec l'Association des musées canadiens). Les ventes en ligne provenant des sites Web de la Société constituent en outre une nouvelle source de revenus prometteuse. Les guichets bancaires et les distributrices de pièces souvenirs sont également susceptibles de générer des bénéfices.

  La Société offre aussi l'expérience du simulateur au MSTC. Même si la technologie de ce simulateur et les films présentés sont obsolètes, on a enregistré une légère hausse des ventes grâce à des techniques de vente plus dynamiques au comptoir d'entrée. Rien n'indique que le Musée sera en mesure de réparer ce système, qui est actuellement en panne. Certaines pièces de l'équipement approchent de leur fin de vie utile, mais des efforts seront faits pour mettre à niveau l'appareil selon les normes actuelles, bien qu'il n'y ait pas les fonds nécessaires actuellement.

- **Revenus d'intérêt**

  Ce poste budgétaire touche surtout les revenus d'intérêt et les compensations obtenues par la perception des taxes provinciales. Les prévisions de 100 000 $ pour 2011-2012 sont basées sur un taux d'intérêt de 1,0 %.

- **Développement d'entreprise**

  Les activités de développement d'entreprise comprennent les commandites et un programme d'adhésion. Le projet pancanadien de sensibilisation aux enjeux énergétiques lui offre d'excellentes possibilités, et le développement continu de chacun des musées en mettant l'accent sur les marchés devrait contribuer à favoriser les chances de partenariats. La Société cernera les possibilités de miser sur des ententes avec des ministères et organismes fédéraux, en leur offrant une vitrine pour promouvoir leurs priorités et innovations dans le domaine des sciences et de la technologie.

  La Société a récemment mis sur pied une fondation de bienfaisance. La Fondation de la Société est une entité distincte enregistrée à titre d'organisme sans but lucratif. Toutes les sommes recueillies sont données à la Société elle-même ou à d'autres organismes bénéficiaires qualifiés ayant un mandat étroitement lié à celui de la Société. La Fondation a fait son premier versement à la Société en 2009-2010. Le nombre des membres du conseil de la Fondation augmente, ce qui devrait se traduire par une plus grande sensibilisation et un plus grand nombre de dons à la Société.

  Quant au programme d'adhésion, la Société continuera d'offrir à ses membres le niveau actuel de services et d'avantages. On s'attend à ce que les efforts consacrés à l'optimisation des synergies entre les musées fournissent l'occasion de renforcer davantage ce programme. Une augmentation des frais d'adhésion tenant compte de la valeur marchande des produits a été mise en œuvre à la fin de l'exercice financier 2008-2009. L'excellent service à la clientèle et l'offre de produits de grande qualité aideront à assurer une croissance continue dans ce secteur, contrant la baisse attribuable à l'ajustement des frais d'adhésion.

  Les revenus escomptés provenant de ces activités pour 2011-2012 se chiffrent à 925 000 $.

- **Crédits parlementaires**

  Les montants des crédits parlementaires inclus dans le plan quinquennal et le budget de fonctionnement pour 2011-2012, y compris le financement unique spécial pour faire face aux pressions sur les activités et les immobilisations de la Société, sont les niveaux de référence approuvés par le Conseil du Trésor.

5.1.2 Dépenses

- **Généralités**

  Les dépenses du budget de fonctionnement ont été réparties selon les priorités de la Société conformément à son plan d'entreprise. Des efforts seront déployés pour maintenir les bénéfices tout en réalisant des progrès au chapitre des générateurs de résultats clés décrits dans ce plan. La Société a eu la bonne fortune de recevoir un apport de fonds unique de 3,7 millions de dollars au cours de l'exercice financier 2010-2011 afin de l'aider à pallier ses pressions financières et à absorber le manque à gagner de l'exercice précédent. La mise

en œuvre d'une structure de classification conforme à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* a aussi eu un impact financier durable sur les dépenses relatives au personnel. Le MAgC a reçu un important soutien grâce à la négociation d'un protocole d'entente à long terme conçu pour aider au développement du site historique, mais aucun financement de programme n'a été reçu depuis l'héritage de ce site muséal en 1996.

Le coût d'exploitation de l'aile d'entreposage de la collection du Musée de l'aviation et de l'espace du Canada demeure un défi pour la Société. Alors que le gouvernement a fourni des fonds en 2005-2006, 2006-2007, 2007-2008 et 2008-2009, il n'en a alloué aucun en 2009-2010. La Société a pu utiliser l'apport de fonds unique de 3,7 millions de dollars comme financement temporaire, afin d'atténuer les coûts de fonctionnement du hangar en 2010-2011.

5.2 Plan d'immobilisations sur cinq ans, 2011-2012 à 2015-2016

5.2.1 Stratégies et priorités de la Société

Les biens amortissables les plus importants de la Société sont ses édifices et leur infrastructure de soutien, qui sont censés offrir les conditions ambiantes et les contrôles climatiques nécessaires à la préservation de la collection, en plus d'offrir des installations publiques pour l'exposition et l'interprétation de ces trésors nationaux. La plupart des articles de la collection sont actuellement abrités dans des entrepôts commerciaux loués : ce problème doit être réglé. Comme chacun des trois musées ne se trouve pas au même stade quant à la durée de vie de ses installations, ils seront traités dans trois sections distinctes du plan général d'immobilisations de la Société.

L'ensemble des actifs nets de la Société, totalisant 57 millions de dollars, comprend 10 millions en terrains, 37 millions en édifices et 4 millions en améliorations locatives. La Société occupe 23 300 mètres carrés d'espace loué pour l'entreposage de la collection et les bureaux du personnel de soutien. Les actifs non amortis de 45 millions de dollars comprennent la structure du Musée de l'aviation et de l'espace du Canada, construite en 1988, et son hangar construit en 2005. Toutes les autres propriétés de la Société ont été entièrement amorties. Parmi les autres actifs de la Société, il y a du mobilier et de l'équipement, du matériel de technologie de l'information, ainsi que de l'équipement et des véhicules de gestion du matériel.

Le point central du présent plan d'immobilisations sera la mise en œuvre des projets financés par un apport ponctuel de 11 millions de dollars pour le financement des infrastructures en 2006-2007 et une somme additionnelle de 14,9 millions de dollars reçue dans le cadre du budget de 2008. Ce financement permettra d'écarter toutes les préoccupations immédiates sur le plan de la santé et de la sécurité. Le plan de mise en œuvre couvre les trois musées de la Société; les travaux importants au site du MAEC étant terminés, les efforts seront concentrés sur le site du MAgC. Une nouvelle entente à long terme conclue avec Agriculture et Agroalimentaire Canada permettra d'entreprendre au MAgC, en 2011-2012, des travaux de

construction. Le site du MSTC ne fera l'objet que d'apports limités, essentiels à son fonctionnement à court terme, qui peuvent offrir un bon rendement des investissements ou régler des questions touchant la santé et la sécurité, et cela tant qu'une décision à long terme n'aura pas été prise concernant les installations. Le MAEC entamera la planification de la réfection de son édifice de conservation et passera aux prochaines étapes prévues au plan général approuvé pour son site.

5.2.2 Résumé du plan d'immobilisations pour 2011-2012

Le budget d'immobilisations de la Société des musées de sciences et technologies du Canada pour 2011-2012 s'élève à 5,055 millions de dollars.

Dépenses (en milliers de dollars)	2011-2012	2010-2011
Diffusion des connaissances	415	1 585
Activités de soutien	695	685
Préservation du patrimoine	10	135
Installations	3 935	7 018
Total	5 055	9 423

ANNEXE I — APERÇU HISTORIQUE

Bien que les racines de la Société des musées de sciences et technologies du Canada remontent à la création de la Commission géologique du Canada en 1842, son histoire plus récente commence en 1966 alors que David McCurdy Baird, un scientifique, historien et photographe canadien, a entamé des travaux visant à l'établissement du Musée national des sciences et de la technologie. En tant que premier directeur du Musée, la vision de Baird était celle d'une institution qui explorerait les contextes sociaux et historiques des changements technologiques et qui permettrait aux visiteurs de mieux comprendre les choix qu'ils seraient peut-être appelés à faire relativement aux technologies actuelles. Le Musée national des sciences et de la technologie a ouvert ses portes à Ottawa le 16 novembre 1967. Puis, 23 ans plus tard, le 1er juillet 1990, il devenait une société de la Couronne autonome avec la vision d'inviter la population canadienne tout entière à s'intéresser à son passé, son présent et son avenir scientifique et technologique.

La Collection aéronautique nationale est passée sous les auspices du Musée national des sciences et de la technologie en 1967 et a reçu, en 1982, le nom officiel de Musée national de l'aviation puis, en 2000, celui de Musée de l'aviation du Canada. En 2009, l'établissement changeait de nouveau de nom pour devenir le Musée de l'aviation et de l'espace du Canada afin de mieux refléter son mandat plus vaste. Quant au Musée de l'agriculture du Canada, comme l'a demandé et approuvé le conseil d'administration, il deviendra en 2013 le Musée de l'agriculture et de l'alimentation du Canada, ce qui lui permettra de mieux refléter son mandat élargi.

En novembre 2002, le conseil d'administration de la Société des musées de sciences et technologies du Canada a adopté un règlement par lequel le Musée de l'agriculture du Canada devenait un musée affilié à la Société. Le gouverneur en conseil a approuvé ce règlement en janvier 2003.

La Société est la *seule* institution au Canada qui collectionne des objets représentatifs des sciences et de la technologie dans leur ensemble. Elle cible les principaux domaines suivants : les communications, les ressources non renouvelables et le design industriel, les sciences physiques et la médecine, les ressources renouvelables dont l'agriculture et la foresterie, et les transports dont les transports terrestres et maritimes, l'aviation et le vol spatial. Sa collection comprend plus de 44 000 artefacts, dont plus de 180 000 objets, 80 000 catalogues de fabricants, plus de 43 000 monographies, 165 000 dessins techniques, près d'un million d'images, 1 500 mètres de matériel d'archives, 4 200 livres rares, ainsi que 2 600 revues et 281 titres de périodiques rares.

Une Société, trois musées

Musée de l'agriculture du Canada

Le Musée de l'agriculture du Canada (MAgC) est situé à la Ferme expérimentale centrale, à Ottawa; il présente des programmes et des expositions explorant le patrimoine agricole du Canada, ainsi que les bienfaits des sciences et de la technologie agricoles dans la vie quotidienne de la population canadienne. Il offre aux visiteurs l'occasion unique de découvrir les divers aspects d'une ferme au cœur de la capitale nationale. On y trouve une grande diversité de races d'animaux de ferme (dont plusieurs races rares) qui ont joué un rôle important dans l'agriculture canadienne tout au cours de son histoire, depuis le 17e siècle jusqu'à aujourd'hui. Le Musée possède une riche collection d'artefacts et de documents d'archives abordant tous les aspects de l'agriculture canadienne, passée, présente et future; la collection offre aussi une base solide pour la recherche, les expositions et la programmation éducative.

Les programmes éducatifs du Musée viennent compléter et enrichir l'apprentissage en classe en donnant vie aux programmes d'études. Ils encouragent les élèves à se servir de la recherche scientifique ou de l'expérimentation pour explorer les applications diverses de la science à des fins agricoles. Une vaste gamme d'activités publiques sont offertes; celles-ci sont particulièrement populaires auprès des familles vivant en milieu urbain avec de jeunes enfants, dont plusieurs n'auraient pas d'autres occasions de voir des animaux de ferme ni de découvrir le côté technologique de l'agriculture.

Musée de l'aviation et de l'espace du Canada

Le Musée de l'aviation et de l'espace du Canada (MAEC) est réputé pour sa collection, la plus importante au Canada dans le domaine de l'aviation, et l'une des meilleures au monde. Le Musée fait la collection d'artefacts qui illustrent le développement de la machine volante en temps de paix et en temps de guerre, des débuts de l'aviation jusqu'à aujourd'hui. Bien que le Musée mette en valeur les réalisations scientifiques et technologiques canadiennes de l'industrie de l'aviation et de l'aérospatiale, sa collection contient aussi des aéronefs et des artefacts provenant de nombreux autres pays qui fournissent un contexte international.

En 1964, trois collections aéronautiques appartenant au gouvernement ont été fusionnées et installées dans de nouveaux quartiers à l'aéroport historique Rockcliffe d'Ottawa. Par la suite, les collections ont été transférées dans l'édifice actuel du Musée, qui a ouvert ses portes en 1988. Le Musée de l'aviation et de l'espace du Canada, une composante de la Société des musées de sciences et technologies du Canada depuis 1967, a continué à se développer grâce à l'acquisition d'avions civils et militaires qui ont marqué l'histoire canadienne et mondiale de l'aviation. La collection compte maintenant plus de 130 aéronefs et d'innombrables artefacts tels que des moteurs, des hélices et d'importantes œuvres d'art sur l'aviation, de même que des ressources documentaires et d'archives.

Musée des sciences et de la technologie du Canada

Le Musée des sciences et de la technologie du Canada (MSTC) est le *seul* musée au Canada entièrement consacré aux sciences et à la technologie. Installé depuis 1967 dans l'ancienne boulangerie Morrison Lamothe, il offre des expositions dynamiques et des programmes hautement interactifs afin d'éveiller l'intérêt des visiteurs et de leur faire connaître l'histoire captivante de la transformation scientifique et technologique du Canada. Le Musée continue d'être une plaque tournante de connaissances sur les sciences et la technologie canadiennes, et partage ses ressources avec les Canadiens et les Canadiennes grâce à ses expositions itinérantes, son site Web élaboré et son vaste programme de prêts d'artefacts. Il a été l'un des premiers musées au monde à susciter la participation du public par l'entremise d'éléments interactifs dans les domaines de la science et de la technologie.

Sa collection est de loin la plus importante collection de recherche d'artefacts scientifiques et technologiques au Canada; elle est particulièrement riche dans les domaines des communications, de la fabrication, des ressources naturelles et des ressources renouvelables, des instruments scientifiques et des transports. Comprenant des artefacts, des catalogues de fabricants, des documents et des photographies, la collection joue un rôle de premier plan dans les expositions et elle est préservée à titre de ressource d'une valeur inestimable pour les générations futures de Canadiens et de Canadiennes. Le Musée, qui en est à sa cinquième décennie de collaboration avec les établissements publics et privés, continue à explorer la richesse des liens entre les sciences, la technologie, la société, l'économie et la culture.