

2018
2019

RAPPORT ANNUEL

SOCIÉTÉ DES MUSÉES
DU QUÉBEC

MUSEES.QC.CA

TABLE DES MATIÈRES

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE	3
CONSEIL D'ADMINISTRATION	6
RAPPORT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL	7
PERSONNEL DE LA SMQ	9
DOSSIERS ET PROJETS	10
ACTIVITÉS	11
CONGRÈS ET COLLOQUE 2018	14
COMMUNICATIONS ET MARKETING	15
RECONNAISSANCE DE L'EXCELLENCE DES MUSÉES	18
ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS	20
REMERCIEMENTS	23

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE

J'ai l'immense plaisir de vous présenter le rapport annuel 2018-2019 de la Société des musées du Québec. Au terme de cette deuxième année à la présidence, marquée par des dossiers politiques majeurs, je peux affirmer que la SMQ a fait preuve de leadership. Les représentations auprès de diverses instances gouvernementales, les pourparlers dans le cadre des comités de liaison (MCC, CALQ, MÉI) et le soutien apporté aux institutions muséales confrontées à certains écueils démontrent notre capacité à nous mobiliser face aux défis communs. Je vous invite donc à lire l'ensemble du rapport annuel afin de prendre la pleine mesure de nos réalisations.

SCÈNE QUÉBÉCOISE

Au cours de l'année 2018-2019, nous avons rencontré à cinq reprises les représentants du ministère de la Culture et des Communications (MCC) lors des réunions du comité de liaison. Nous avons abordé des sujets d'intérêt, tels que le processus d'agrément, l'absence d'aide au fonctionnement pour les musées scientifiques, l'aide aux sorties scolaires en milieu culturel, les critères d'admissibilité du programme Mécénat Placements Culture, les normes du Programme d'aide au fonctionnement des institutions muséales (PAFIM) et la mesure de gratuité un dimanche par mois.

Annoncée au printemps 2018, la mesure gouvernementale de gratuité a fait couler beaucoup d'encre. Depuis son entrée en vigueur le 3 juin 2018, la SMQ a réalisé deux sondages auprès des musées participants afin d'en évaluer les impacts. Plusieurs répondants y voient des aspects positifs comme la venue de nouveaux publics alors que d'autres insistent sur les coûts supplémentaires qu'elle a engendrés. Dans ce dossier sensible, nous avons demandé au MCC que la participation à cette mesure ne soit pas une condition à l'obtention d'une aide financière au PAFIM. Nos demandes ont également porté sur le versement d'une première tranche d'aide avant le début de la saison estivale 2018 et sur une reddition simplifiée qui tienne compte des dépenses occasionnées par cette mesure. Ce que nous avons obtenu ! Pour sa part, le MCC a réalisé auprès des visiteurs un sondage, à l'été 2019, afin de connaître leur profil sociodémographique et évaluer si la gratuité a influencé leur décision de visiter le musée. Le 22 août 2019, lors de notre rencontre avec la ministre Nathalie Roy, celle-ci a exprimé l'importance d'avoir un portrait exhaustif de la situation pour en évaluer les impacts. La SMQ s'est donc engagée à réaliser un troisième sondage auprès des musées participants.

À la lumière des enjeux actuels de main-d'œuvre et compte tenu que la dernière enquête sur le personnel des institutions muséales porte sur des données de 2004, nous avons réclamé à la ministre une enquête sur les ressources humaines du secteur muséal. Les difficultés que rencontrent les gestionnaires sont en effet multiformes : cumul des fonctions, rémunération non compétitive, augmentation des charges de travail, recrutement difficile de personnel qualifié en région, rotation de personnel et manque de sécurité d'emploi.

D'autre part, la bonification du PAFIM de 3 M\$ par année, pour un total de 15 M\$ en cinq ans, est sans aucun doute une excellente nouvelle pour le réseau. L'enveloppe annuelle du programme passe de 17 M\$ à 20 M\$. De nouvelles institutions muséales récemment agréées pourront ainsi bénéficier de cette bouffée d'oxygène !

Le 21 mars 2019, le premier budget du gouvernement de François Legault contenait d'autres annonces positives telles que le financement d'au moins deux sorties culturelles pour chaque élève du préscolaire au secondaire pour un total de 135 M\$ sur cinq ans. Le budget prévoit également un soutien à la conservation et à la mise en valeur du patrimoine culturel et religieux, assorti d'une enveloppe de 49 M\$ sur cinq ans.

Dans le dossier de l'agrément des institutions muséales, la SMQ a participé activement aux travaux menés depuis janvier 2017 par le MCC. Elle a formulé plusieurs recommandations qui ont été retenues. En outre, elle a accompagné ses membres et a mis à leur disposition des outils, des guides et des exemples de politiques dans l'Espace professionnel. Les institutions muséales avaient jusqu'au 1^{er} octobre 2018 pour compléter leur demande et fournir les documents requis, ce qui a occasionné une charge importante de travail en pleine période estivale ! Le 10 mai 2019, le MCC a annoncé les 149 institutions muséales ayant reçu l'agrément qu'il décerne au nom du gouvernement du Québec. Parmi la quarantaine d'institutions qui n'ont pas répondu aux exigences de l'agrément, certaines recevront un accompagnement personnalisé. L'exercice mené dans le cadre du processus d'agrément confirme que certains membres sont à court de ressources et qu'ils aspirent à une professionnalisation de leurs pratiques. La SMQ entend poursuivre ses efforts pour défendre les intérêts de l'ensemble du réseau muséal.

Le dossier des institutions muséales à vocation scientifique a connu récemment les développements les plus significatifs depuis les premiers

échanges entre le MCC et le MÉI à la table interministérielle en 2016. Les représentations de la SMQ, en vue de pérenniser leur fonctionnement, ont abouti à l'adoption d'un décret qui place seize institutions muséales scientifiques agréées sous l'égide du ministère de l'Économie et de l'Innovation pour leur financement. Il s'agit d'une excellente nouvelle pour ces musées qui recevront une aide au fonctionnement du Fonds de recherche du Québec (FRQ) pour l'année 2019-2020. Ils devraient également demeurer admissibles au programme d'aide aux projets du MCC. En août et septembre 2019, la SMQ a rencontré la directrice scientifique du FRQ afin de jeter les bases d'un nouveau partenariat et de collaborer à la mise en place d'un programme normé destiné aux musées scientifiques agréés. La SMQ a réitéré l'importance d'agir de manière équitable envers l'ensemble des musées.

Lancées en 2017, les rencontres annuelles avec les représentants du CALQ ont permis de faire le point sur des dossiers qui concernent les centres d'exposition tels que la mesure de soutien pour les sorties scolaires en milieu culturel, l'accès des travailleurs culturels à la formation, les programmes touchant les diffuseurs et le transport scolaire. Ce canal de communication s'avère d'une grande importance dans le cadre de la décentralisation du financement des institutions muséales amorcé par le MCC ces dernières années. Plus que jamais, la SMQ doit se positionner comme la référence incontournable auprès des bailleurs de fonds et des décideurs politiques.

En tant qu'association touristique sectorielle, la SMQ s'emploie à promouvoir les musées du Québec comme des acteurs de premier plan du tourisme culturel. Plus qu'une valeur ajoutée, les institutions muséales doivent être considérées comme un point d'ancrage incontournable pour découvrir une ville, un village, un site, voire une région. En février 2019, la ministre du Tourisme, Caroline Proulx, a entrepris une vaste consultation des entreprises touristiques dans toutes les régions du Québec. La SMQ l'a rencontrée à Drummondville ainsi qu'à Montréal. Nous avons abordé les défis propres au secteur muséal et réitéré le fait que le Québec dispose des atouts nécessaires pour devenir une destination culturelle reconnue pour son caractère distinctif en raison notamment de la qualité de l'expérience proposée par les institutions muséales. La consultation de la ministre doit culminer avec l'élaboration du plan de croissance économique 2020-2025.

SCÈNE FÉDÉRALE

L'établissement de liens durables avec nos homologues et partenaires des autres provinces revêt une importance particulière. Ainsi, nous avons participé au congrès annuel de l'Association des musées canadiens (AMC) en avril 2019 à Toronto et à la rencontre annuelle des associations provinciales et territoriales de musées. Ce fut l'occasion de faire connaissance avec la nouvelle directrice générale de l'AMC, Vanda Vitali, en poste depuis février 2019. Elle a alors exprimé le souhait de renforcer l'approche mobilisatrice de l'AMC. Un comité chargé d'élaborer la stratégie et les grandes lignes des revendications muséales, dont fait partie la SMQ, a vu le jour en prévision des élections fédérales de l'automne 2019.

L'actualité muséale retiendra du budget fédéral, divulgué le 19 mars 2019, qu'il ne comporte aucune mention spécifique concernant les institutions muséales canadiennes. Toutefois, il prévoit de nouvelles ressources liées à la stratégie jeunesse, au tourisme et à l'inclusion sociale. D'autre part, le 16 avril dernier, la Cour d'appel fédérale a cassé le jugement Manson, ouvrant ainsi la voie à ce qu'une œuvre d'art soit considérée d'importance nationale sans être pour autant canadienne. Il s'agit d'une excellente nouvelle pour les musées et le patrimoine culturel canadiens.

GOVERNANCE

Au cours de l'année 2018-2019, le conseil d'administration de la SMQ a mis sur pied des comités liés à sa gouvernance : comité d'évaluation du directeur général, comité de révision de la politique salariale et comité d'analyse des règlements généraux. Ce dernier a principalement orienté ses travaux sur la demande formulée lors de l'assemblée générale de 2018 visant à « permettre aux travailleurs autonomes et aux employés de micro-entreprises (1 à 4 employés) spécialisées en muséologie d'être éligibles comme administrateurs aux postes élus au suffrage universel lors de l'assemblée annuelle ». Rappelons que cette restriction pour les travailleurs autonomes a été adoptée en 2013 par les membres réunis en assemblée générale extraordinaire. Pour leur part, les membres du comité chargé d'analyser cette question se sont rencontrés à plusieurs reprises afin d'échanger, de recueillir des témoignages, de consulter des personnes ressources, d'analyser nos pratiques en matière de gouvernance et de faire le point sur les avantages et les inconvénients d'une telle requête. À ce jour, plusieurs interrogations subsistent et les membres du comité entendent poursuivre leurs travaux et leur réflexion en vue de présenter leurs recommandations au conseil d'administration. Le comité est constitué de la présidente de la SMQ, des administrateurs Nicolas Gauvin

et Carmelle Adam, ainsi que du directeur général. La décision du conseil d'administration sera par la suite communiquée à l'ensemble des membres lors de l'assemblée générale de 2020.

Sur un tout autre registre, permettez-moi de souligner le départ à la retraite de Pierre Béchar, président-fondateur de PACART Québec, et de le remercier très sincèrement pour son engagement à soutenir la relève en muséologie et pour les nombreuses années de collaboration avec la SMQ. Pour la première édition de la bourse PACART Québec, il était présent à l'assemblée générale annuelle tenue à Québec pour remettre la bourse aux quatre lauréats, soit Jean-Michel Godbout et Jenny Jodoin de l'Université de Montréal ainsi que Louise Brunet et Marie Tissot de l'UQAM. Nous lui souhaitons de longues années d'une retraite heureuse bien méritée.

REMERCIEMENTS

Enfin, je tiens à remercier les administratrices et les administrateurs de la SMQ, avec qui je partage la responsabilité de représenter et de défendre les intérêts des membres, pour leur travail et leur dévouement à s'acquitter de cette tâche avec un immense souci du bien commun. Tout au long de l'année, ils ont investi temps et énergie pour l'avancement des dossiers stratégiques et pour soutenir les actions menées sur le terrain par l'équipe de la SMQ.

Je m'empresse également de remercier notre vice-présidente, Marie-Andrée Levasseur, et le directeur général, Stéphane Chagnon, pour leur apport indéfectible au comité politique qui se doit de réagir promptement face à une actualité muséale parfois imprévisible. L'année qui vient de s'écouler a donné lieu à des réalisations considérables et nous pouvons être fiers de ce que nous avons accompli.

« Ce que nous faisons pour les autres et le monde est immortel et demeure. »

Je vous remercie pour votre confiance renouvelée et vous assure de notre total engagement pour le réseau muséal du Québec.



Michelle Bélanger

CONSEIL D'ADMINISTRATION

DIRIGEANTES

Présidente:
Michelle Bélanger,
Musée de la nature et des sciences
de Sherbrooke

Vice-présidente:
Marie-Andrée Levasseur,
Centre d'exposition Raymond-Lasnier –
Maison de la Culture de Trois-Rivières

Secrétaire-trésorière:
Carole Bellerose,
Centre de la Biodiversité du Québec

ADMINISTRATEURS

Carmelle Adam,
Centre d'exposition de Val-d'Or

Nicolas Gauvin,
Musée canadien de l'histoire

Vincent O'Neill,
Musée du Fort Saint-Jean

Carol Pauzé,
Musée J. Armand Bombardier

Chantal Turbide,
Musée de l'Oratoire Saint-Joseph
du Mont-Royal

COMITÉ POLITIQUE

Michelle Bélanger,
présidente

Marie-Andrée Levasseur,
vice-présidente

Stéphane Chagnon,
directeur général



RAPPORT DU DIRECTEUR

Rédiger le bilan annuel de la Société des musées du Québec constitue un défi en soi. Comment rendre compte, interpréter les résultats et garder à l'esprit ce souci d'exhaustivité? Le plan stratégique 2018-2021 a constitué un véritable instrument de navigation, guidant nos actions et les services à l'intention de nos membres. C'est donc à la lumière des priorités et des objectifs prévus dans ce plan que nous ferons la reddition de nos actions. Je vous invite à prendre connaissance du présent rapport qui fait état des réalisations les plus significatives de l'année 2018-2019 et des états financiers préparés par l'auditeur indépendant.

PRIORITÉS DU PLAN STRATÉGIQUE

- Assurer la vitalité et le rayonnement de la SMQ
- Agir comme levier pour l'accès à de nouvelles ressources pour les institutions muséales
- Contribuer à la performance des institutions muséales

La SMQ a connu un développement important en 2018-2019 grâce au travail acharné de son personnel et à l'appui de partenaires qui ont permis la réalisation d'activités et de projets ayant généré des retombées positives pour le réseau muséal : visibilité accrue sur les réseaux sociaux, augmentation des budgets et du nombre d'activités de formation, production de données statistiques sur la satisfaction et la provenance des visiteurs, accompagnement de membres pour les demandes d'agrément, taux élevé de satisfaction et de participation aux *Rencontres internationales : musées, innovations numériques et expériences de visite*, etc.

Les efforts déployés pour se donner les moyens de nos ambitions ont porté leurs fruits. Pour l'exercice clos le 31 mars 2019, le rapport de l'auditeur indépendant sur les états financiers dresse un portrait positif de la situation financière. Pour une quatrième année consécutive, l'analyse des résultats montre un surplus des revenus sur les dépenses. Quelques faits méritent d'être soulignés : augmentation de 5 % des revenus autonomes, majoration de 32 888 \$ de l'aide financière d'Emploi Québec destinée aux activités de formation du secteur muséal, bonification de 22 % de l'aide financière de la Commission des partenaires du marché du travail pour la coordination de la formation continue et augmentation de 15 % de l'aide au fonctionnement

accordée par le MCC pour la réalisation des activités prévues dans le plan stratégique. À cet égard, il est à noter que ce financement fait suite à une évaluation de performance conduite par le Ministère auprès de l'ensemble des organismes de regroupement.

Au chapitre des dépenses, les postes budgétaires qui ont subi une augmentation significative témoignent de l'effervescence des activités et des projets réalisés en 2018-2019 : relocalisation des bureaux de la SMQ, campagnes promotionnelles invitant à découvrir les musées du Québec, Rencontres internationales réalisées en partenariat avec l'Office de coopération et d'information muséales (OCIM) basé à Dijon et CLIC France, programme bonifié d'activités de formation et mise à niveau du parc informatique.

Bien que l'interprétation des résultats financiers témoigne d'une gestion rigoureuse des finances, elle n'illustre que partiellement la réelle performance de la SMQ. En effet, au cours de l'année nous avons entrepris des actions de représentation, partagé des connaissances stratégiques, produit des statistiques, accompagné nos membres, développé de nouvelles formations, prodigué des conseils, défendu les intérêts des membres et réclamé auprès de différentes instances de nouvelles ressources pour les institutions muséales. Ces actions ont généré des retombées positives pour le réseau muséal.

Les enquêtes de provenance et de satisfaction menées durant l'été 2018 auprès des visiteurs d'une cinquantaine de musées a permis de constater qu'en période estivale, 78 % des visiteurs sont des touristes dont 36 % dans la catégorie hors Québec et 42 % intra Québec. D'autre part, l'enveloppe budgétaire du programme d'aide au fonctionnement des institutions muséales (PAFIM), plafonnée depuis plusieurs années, a été majorée de 3 M\$ par année pour un total de 15 M\$ en cinq ans. De quoi à apporter de l'eau au moulin aux institutions muséales nouvellement agréées!

Conformément aux priorités du plan stratégique, nous avons œuvré pour accroître la performance des institutions muséales. L'année 2018-2019 a été exceptionnelle en matière de formation continue, de rencontres de partage d'expertise et de bonnes pratiques. Au total, 32 activités de formation, un webinaire et deux rencontres de développement professionnel ont été organisés dans 8 régions du Québec. En outre, nous sommes sortis des sentiers battus en organisant un atelier sur « l'amélioration de l'engagement des publics » donné par Museum Hack, une organisation basée à New York. Pour toutes ces formations, la SMQ fait appel à des formatrices et

des formateurs guidés par de hauts standards de qualité. Offert depuis 1979, le programme annuel de formation continue de la SMQ vise à assurer l'épanouissement professionnel des personnes œuvrant en muséologie, l'efficacité des institutions qui les emploient et l'essor du réseau dans toutes les régions du Québec.

La relocalisation des bureaux de la SMQ dans de nouveaux espaces modernes et fonctionnels, toujours au sein de l'UQAM mérite d'être soulignée puisqu'en intégrant des locaux adaptés aux réalités de notre mandat et des services offerts, nous avons accru la portée de nos actions. En outre, nous sommes désormais en mesure d'offrir des activités de formation dans nos propres locaux.

Parmi les faits saillants de l'année 2018-2019 figurent les *Rencontres internationales : musées, innovations numériques et expériences de visite* qui ont réuni à Québec 278 participants ravis d'avoir pu échanger sur les enjeux liés à l'utilisation du numérique dans les musées. Un vin d'honneur a été offert en préambule à la soirée SMQ afin de souligner notre 60^e anniversaire. À cette occasion, Hélène Pagé, présidente de 1997 à 2001, a prononcé ces paroles que j'aimerais partager avec vous : *En jetant un regard rétrospectif, on réalise que la SMQ a souvent joué d'audace, devinant qu'une nouvelle vague muséale pointait à l'horizon et qu'il fallait aller vers d'autres espaces à conquérir, d'autres partenaires avec qui tenter l'aventure. Bref, si la SMQ a du savoir-faire, elle a aussi du flair!*

Cette capacité de sentir les choses, c'est l'intelligence collective du réseau, la conscience de l'importance d'agir ensemble. Forte de l'appui de ses membres, l'équipe de la SMQ travaille avec ardeur pour assurer la pérennité, le positionnement et la reconnaissance du secteur muséal. Ainsi, nous avons accru nos actions de communication auprès de différents publics, notamment sur les réseaux sociaux, sur le site *Les musées du Québec*, dans les journaux régionaux avec la publication, tirée à 165 000 exemplaires, du cahier *Mission [+]* consacré aux musées ainsi que dans l'Espace professionnel, véritable lieu de convergence de l'information destinée aux professionnels du secteur muséal.

Nous avons également œuvré au positionnement du secteur muséal auprès d'organismes qui contribuent en tout ou en partie à la réalisation de notre mission en participant à des comités ou groupes de travail au sein de Compétence Culture, du Conseil de la formation continue arts et culture de l'Île-de-Montréal, de l'Alliance de l'industrie touristique, de l'Observatoire de la Culture et des Communications du Québec, du comité de concertation sur les sorties scolaires en milieu culturel, du comité de

la mesure 111/113 du Plan culturel numérique, du laboratoire d'innovation en médiation numérique du MBAM et de la Chaire de recherche sur la gouvernance des musées et le droit de la culture.

De nombreux projets restent à accomplir dans le cadre du plan stratégique 2018-2021, lesquels vont nous permettre de renforcer nos moyens d'action et d'améliorer notre offre de services. Parmi ceux-ci figurent la campagne de recrutement de nouveaux membres, la migration de la base de données vers un nouveau CRM, le déploiement du portail Infomuse et le développement de nouvelles formes d'accompagnement professionnel. Devant les nombreux défis à relever, la SMQ doit demeurer performante et innovante dans un environnement en constante mutation.

REMERCIEMENTS

Les activités réalisées au cours de l'année ont été rendues possibles grâce aux efforts déployés par le personnel de la SMQ, l'engagement des membres et l'appui de collaborateurs qui ont à cœur le rayonnement de la muséologie au Québec, et ce, dans toute sa diversité. Je tiens sincèrement à remercier notre présidente, Michelle Bélanger, les membres du conseil d'administration et des divers comités qui ont consacré temps et énergie à la défense du réseau muséal. Je remercie les membres de la SMQ pour leur confiance renouvelée, de même que les subventionneurs, partenaires, consultants et formateurs qui nous accompagnent. Enfin, je veux exprimer ma reconnaissance et mes vifs remerciements à mes collègues de travail pour le boulot formidable qu'ils accomplissent et pour leur bonne humeur au quotidien!



Stéphane Chagnon

PERSONNEL DE LA SMO

ADMINISTRATION

Stéphane Chagnon,
directeur général
Frédéric Roberge,
adjoint à la direction générale
Lisa Klimuszko,
agente – service aux membres

SERVICE DES COMMUNICATIONS

Katia Macias-Valadez,
directrice
Caroline Émond,
chargée de communication
(jusqu'en juin 2018)
Nora Charifi,
chargée de communication
(à partir d'août 2018)
Esther Gagnier,
chargée de développement

FORMATION, DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL ET RÉSEAU INFO-MUSE

Hugo Barrette,
chargé de projets
Judith Houde,
coordonnatrice

CONTRACTUEL(LE)S ET CONSULTANT(E)S

Cendrine Audet,
révisseuse linguistique
Claude Benoit,
consultante
Sara Juneau,
technicienne en muséologie
Fabien L'Heureux,
notaire
Julie St-Amant,
CGA
Lisa Waite,
traductrice

PLAN DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE 2016-2020

Dans le cadre de l'entente 2016-2020 signée avec le ministère du Tourisme (MTO), la SMQ est mandatée pour agir dans trois champs d'intervention :

- La structuration de l'offre muséale,
- L'accompagnement des institutions muséales,
- La production et le partage de connaissances stratégiques.

L'enveloppe associée à cette entente permet à la SMQ de jouer pleinement son rôle d'association touristique sectorielle, notamment au sein de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, responsable entre autres de gérer la marque Québec Original et de veiller à la notoriété de celle-ci. Ainsi, la SMQ travaille au positionnement des institutions muséales au sein de l'industrie touristique et met en œuvre diverses actions afin qu'elles demeurent incontournables en matière de tourisme culturel.

GRUPE INNOVATION ET PERFORMANCE (GIP)

En 2017, la SMQ a constitué un Groupe innovation et performance (GIP) composé d'institutions muséales choisies à partir de critères de performance touristique. Sept musées y participent en tant que leaders et 18 comme aspirants leaders. Cette année, deux rencontres de développement professionnel ont été organisées spécialement pour le groupe en plus des deux activités de formation liées aux enquêtes estivales qui ont été ouvertes à tous les membres. En décembre, un atelier sur mesure a amené les participants à se familiariser avec la méthode Lean et à explorer les adaptations possibles au contexte muséal. En mars, nous avons organisé une formation sur les outils Google Analytics et Google Tag Manager ainsi qu'une séance de remue-méninges pour la campagne de webmarketing à l'intention des familles. Les orientations de la campagne 2019 découlent directement de cette séance de travail et de réflexion partagées.

ENQUÊTES ESTIVALES 2018

Au cours de l'été, nous avons lancé un projet d'enquêtes pour documenter la provenance des visiteurs et leur satisfaction quant à leur expérience au musée. Nous avons travaillé avec Lucie Daignault, experte en évaluation muséale, qui a agi comme consultante pour, entre autres, assurer la rigueur méthodologique, valider les procédures et les analyses.

En tout, 48 musées ont participé sur une base volontaire aux enquêtes de provenance, tandis que 55 ont réalisé l'enquête de satisfaction au sein de leur institution. Si ce projet visait d'abord à outiller les professionnels pour la préparation d'enquêtes, la collecte et l'analyse de données en vue d'améliorer leurs pratiques, il fournit aussi des données très intéressantes sur la fréquentation des musées au Québec durant la période estivale.

Parmi les faits saillants, l'enquête de provenance révèle que 78 % des visiteurs de musées sont des touristes (42 % intra Québec et 36 % hors Québec), que 46 % des visiteurs sont venus en famille et que 69 % de ces familles proviennent du Québec. L'enquête de satisfaction pour sa part nous apprend que près de la moitié des visiteurs (46 %) mentionnent être venus dans la région en partie ou surtout pour visiter le musée. Peu importe l'âge des enfants, les familles fréquentent assidûment les musées et ceux à caractère scientifique et technologique ont la cote. De plus, 78 % des répondants se disent très satisfaits et 21 % satisfaits quant à leur expérience générale au musée. Parmi ces visiteurs satisfaits, 75 % recommanderaient la visite sans hésiter et 24 % la recommanderaient probablement. Les résultats complets peuvent être consultés en ligne.

Dans le cadre de ce projet, Lucie Daignault a conçu deux séances de formation visant à outiller les professionnels pour mener les enquêtes de satisfaction. Ces séances ont été offertes sur place à Montréal et en webinaire afin de favoriser une meilleure accessibilité. La première, en juin, a porté sur la méthodologie et la seconde, en novembre, sur l'analyse des réponses recueillies. Des capsules vidéo issues de la première formation ainsi qu'une boîte à outils pour effectuer des enquêtes sont disponibles en ligne dans la section Bonnes pratiques muséales.

FORMATIONS

En 2018-2019, la SMQ a offert 32 activités de formation, dont 5 nouvelles, dans 8 régions du Québec. Ces activités ont été suivies par 434 participants, ce qui représente une augmentation de 36 % par rapport à l'année précédente et de 45 % comparativement à l'année 2016-2017. Afin d'offrir des formations à l'extérieur de Montréal, la SMQ s'est associée à divers organismes au nombre desquels figurent Culture Côte-Nord, le Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches, Culture Saguenay-Lac-Saint-Jean, le Conseil de la culture de l'Estrie, Culture Mauricie et Museum Hack. Les activités de formation *Gestion de projets d'exposition* ainsi que *Scénariser une animation* ont été offertes dans le cadre du volet multirégional de la mesure MFOR d'Emploi-Québec Île-de-Montréal afin de permettre aux professionnels d'autres régions de bénéficier d'une aide financière couvrant les frais de séjour pour y participer.

Cette année, la SMQ a réalisé deux activités de formation transversales en collaboration avec le Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec et l'Association québécoise des marionnettistes. Des activités de formation sur mesure ont également été offertes dans trois institutions muséales, à l'Assemblée nationale du Québec ainsi qu'à la Colline parlementaire à Ottawa.

Nous tenons à remercier l'Institut canadien de conservation pour sa généreuse contribution à la tenue de l'activité *Collections muséales et plan d'urgence*.

LISTE DES ACTIVITÉS DE FORMATION OFFERTES

- *Interagir avec les publics* (2)
- *Atelier Museum Hack*
- *Service à la clientèle et accueil au musée* (2)
- *Gestion de projets d'exposition* (3)
- *Design d'exposition : méthode et nouvelles pratiques* (3)
- *L'exposition interactive, de la conception à la scénarisation* (2)
- *Collections muséales et plan d'urgence*
- *Rédiger pour le Web et les médias sociaux en milieu muséal* (2)
- *Musées, médias sociaux et marketing numérique : quelles sont les bonnes pratiques?* (2)
- *Cap sur la qualité d'un service à la clientèle intégré*
- *Développer une stratégie promotionnelle efficace*
- *Aménagement et marketing d'une boutique*
- *Design d'exposition : méthode et nouvelles pratiques*
- *Scénariser une animation* (2)
- *Créativité et techniques d'idéation en milieu muséal* (2)
- *Droits d'auteur et législation en muséologie*
- *Médiation muséale : comment établir un dialogue avec ses publics*
- *Concevoir des activités éducatives pour les familles* (2)
- *Gouvernance dans les institutions muséales*
- *Du titre au cartel : les textes d'exposition*

LISTE DES FORMATRICES ET FORMATEURS

Nathalie Boudreau,
consultante

Isabelle Desaulniers,
muséologue, consultante

Sylvie Durand,
muséologue, consultante

André Fortin,
consultant

Claude Lalonde,
consultant

Linda Liboiron,
consultante

Zak Martellucci et Dustin Growick,
Museum Hack

Patrice Giroux,
muséologue, consultant

Frédéric Gonzalo,
consultant

Michel Groulx,
muséologue, consultant

Irene Karsten et Evelyn Ayre,
Institut canadien de conservation

Éric Lefebvre,
avocat

Geneviève Murray,
muséologue, consultante

Christelle Renoux,
Musée d'art contemporain des Laurentides

Laurent Michel Tremblay,
scénographe et designer d'exposition,
consultant

Érik Vigneault,
consultant

AMÉLIORER L'OFFRE AUX FAMILLES

Grâce au soutien financier du ministère du Tourisme, la SMQ a pu bonifier son coffre à outils pour améliorer l'offre aux familles dans les musées du Québec. Nous avons réalisé quatre capsules vidéo avec le vidéaste Maxime Binet et la consultante Geneviève Murray. Trois professionnelles en éducation muséale, qui conçoivent des expositions ou des activités pour les familles dans le domaine des arts, de l'histoire et des sciences, ont généreusement accepté de contribuer à ce projet :

- Marie-Hélène Audet, Musée national des beaux-arts du Québec,
- Mélanie Deveault, Musée McCord-Stewart,
- Cybèle Robichaud, Centre des sciences de Montréal.

La SMQ les remercie d'avoir partagé leurs réflexions et leurs judicieux conseils pour faire vivre aux familles une expérience mémorable. Une capsule introductive contextualise les entrevues et résume les tendances en éducation muséale auprès du public des familles. Les trois autres capsules abordent le sujet sous les angles suivants :

- Les familles, l'affaire de tous
- Comment s'adresser aux familles
- Conseils de professionnelles

Ces vidéos, tout comme l'aide-mémoire réalisé cette année, s'ajoutent aux autres références et outils modulables, comme toujours disponibles en ligne gratuitement dans la section Bonnes pratiques muséales de l'Espace professionnel.

EXERCICE RÉFLEXIF DES PROFESSIONNEL(LE)S DU QUÉBEC POUR LA DÉFINITION DU MUSÉE

En tant qu'organisation mondiale, l'ICOM souhaite adapter sa définition aux réalités changeantes de la pratique professionnelle et l'actualiser afin de mieux refléter les multiples responsabilités des musées. C'est en septembre 2019 que l'ICOM entend prendre une décision quant à une nouvelle définition du musée dans le cadre de sa 25^e Conférence qui se déroulera à Kyoto.

L'ICOFOM, en collaboration avec la Société des musées du Québec, les programmes de muséologie de l'UQAM, l'Institut du patrimoine de l'UQAM et la Chaire de recherche sur la gouvernance des musées et le droit de la culture ont organisé une séance de réflexion, le jeudi 25 octobre 2018. Cette rencontre, animée par la muséologue Annette Viel, a réuni 18 professionnels de divers horizons. L'objectif : discuter d'une proposition commune et soumettre à l'ICOM les recommandations de la communauté muséale du Québec.

Au-delà de la sémantique des mots utilisés dans la définition et de leur interprétation à la lumière de la réalité qui est la sienne, la communauté muséale du Québec a tenu à réaffirmer deux valeurs fondamentales qu'elle recommande de maintenir absolument dans la définition du musée.

D'une part, la notion d'institution permanente à but non lucratif (ou sans but lucratif) fait partie de l'essence même du musée. D'ailleurs, cette notion se rattache intrinsèquement au fait que le musée demeure un espace ouvert, démocratique et au service de ses publics. Cet aspect a fait l'objet de plusieurs interventions qui convergent vers une tendance mondialement observée voulant que la participation des publics soit de plus en plus active et que les interactions entre les musées et leurs publics se multiplient.

D'autre part, le concept de patrimoine matériel et immatériel de l'humanité, parfois perçu comme un véritable changement de paradigme muséal, fait partie intégrante de la mission des musées. Ainsi, en concordance avec les conventions internationales, la fonction sociale et mémorielle du patrimoine immatériel doit être maintenue dans la définition.

Cette réflexion de la communauté muséale du Québec a été traduite en anglais et soumise au président du conseil d'administration de l'ICOFOM, M. François Mairesse.

PARTICIPANT(E)S

Lisa Baillargeon,
Université du Québec à Montréal

Yves Bergeron,
Université du Québec à Montréal

Martine Bernier,
Jardin botanique de Montréal

Daniel Bissonnette,
Musée régional de Vaudreuil-Soulanges

Pierre Bosset,
Université du Québec à Montréal

Dany Brown,
Musée de la civilisation

Stéphane Chagnon,
Société des musées du Québec

Jean-François Gauvin,
Université Laval

Éric Langlois,
Université du Québec en Outaouais

Josée Laurence,
Musée du monastère des Augustines

Jean-François Leclerc,
Centre d'histoire de Montréal

Karine L'Écuyer,
Collège Montmorency

Katia Macias-Valadez,
Société des musées du Québec

Raymond Montpetit,
Université du Québec à Montréal

Michèle Rivet,
Université de Sherbrooke

Françoise Simard,
consultante en muséologie

Katy Tari,
Pointe-à-Callière, Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal

Annette Viel,
muséologue et animatrice de la séance

Anne-Marie Zepetelli,
Musée d'art contemporain de Montréal

RENCONTRES INTERNATIONALES : MUSÉES, INNOVATIONS NUMÉRIQUES ET EXPÉRIENCES DE VISITE

Alors que l'année 2018 marque les 60 ans de la SMQ, son colloque a pris la forme de Rencontres internationales sur le numérique et les expériences de visite au musée. Au-delà du clin d'œil à la trilogie des Rencontres francophones nouvelles technologies et institutions muséales – Dijon 1998 / Montréal 1999 / Bruxelles 2000 – le secteur muséal et son rapport aux technologies ont bien changé en 20 ans. La révolution numérique bouleverse profondément les comportements et son impact sur les modes de communication, de partage et d'appropriation des savoirs ne cesse d'évoluer. Un peu partout dans le monde, les institutions muséales multiplient les projets numériques et cherchent à innover pour renouveler l'expérience de visite. Si le numérique semble aujourd'hui incontournable, il demeure, pour certains, une stratégie parmi tant d'autres, voire un défi difficile à relever.

Du 2 au 4 octobre, plus d'une trentaine d'intervenants du Québec, de la France, de la Belgique et des États-Unis ont pu partager points de vue, cas couronnés de succès, échecs, etc. Nous avons opté pour des formules variées (débat, tables rondes, partage d'expériences) animées, de main de maître, par la journaliste Diane Martin. Cet événement s'est avéré un véritable lieu d'expérimentation, de mise en commun de bonnes pratiques et de réflexion sur les enjeux liés à l'utilisation du numérique dans les musées. Outre un degré de satisfaction générale très élevé, 97 % des répondants affirment que leur participation a favorisé une appropriation de la culture numérique, ce qui constituait un des objectifs fixés.

Cette année, nous avons choisi le mot-clic #SMQ2018 qui a généré 286 utilisations. 98 gazouillis ont été émis par la SMQ, générant 39 000 impressions et un taux d'engagement de 2,7 %. Avec un pic le mercredi, #SMQ2018 a culminé en « *Top Tweets* » à Québec et à Montréal.

De plus, nous avons réalisé une synthèse des contenus ainsi que 12 capsules vidéo présentant les moments forts des discussions et des échanges. Disponibles en formats html et en PDF dans la section Bonnes pratiques du site web de la SMQ, ces contenus sont ainsi accessibles, gratuitement, à l'ensemble de la communauté muséale. Au moment de la mise en ligne en février, nous avons annoncé la publication de ces contenus par le biais de notre infolettre et de notre compte Twitter, notamment en valorisant des extraits significatifs des vidéos.

Pour la réalisation de cet événement, la SMQ remercie le ministère de la Culture et des Communications, le gouvernement du Canada, le ministère du Tourisme ainsi que ses partenaires et commanditaires fidèles :

- TKNL, créateurs d'expériences
- Lussier Dale Parizeau
- PACART Québec inc.
- La Fabrique culturelle, une production de Télé-Québec

Ses remerciements vont aussi au Musée de la civilisation qui a généreusement accepté de recevoir les congressistes, ravis de souligner les 30 ans du Musée et de découvrir son nouvel espace dédié à la création et à l'expérimentation numériques, MLab Creaform.

COMITÉ DE CONTENU

Ana-Laura Baz,
Musée de la civilisation

Stéphane Chagnon,
Société des musées du Québec

Michel Groulx,
consultant en muséologie scientifique

Anne-Josée Lacombe,
Musée national des beaux-arts du Québec

Linda Lapointe,
consultante en muséologie et commissaire invitée

Katia Macias-Valadez,
Société des musées du Québec

Alice Pierre,
Musée de la mer

Christelle Renoux,
Musée d'art contemporain des Laurentides

Cornélia Strickler,
Musée de l'Holocauste Montréal

SITE WEB DE LA SMQ

musees.qc.ca

L'Espace professionnel demeure le canal privilégié pour diffuser en continu des informations sur les actualités et les enjeux du secteur muséal ainsi que sur l'évolution des différents dossiers de la SMQ. Nous avons continué à alimenter la section Bonnes pratiques muséales intégrée en 2018, qui regroupe notre « collection » d'outils sous des thématiques spécifiques comme les enquêtes de publics, les données ouvertes, les droits d'auteur, etc. Au cours de l'année, 27 infolettres de l'Espace professionnel ont été envoyées à plus de 2300 abonnés pour signaler les nouvelles et les mises à jour.

Lancé en septembre 2017, le portail Les musées du Québec / The Museums of Quebec vise à structurer l'offre muséale par l'entremise d'une carte dynamique, d'un guide des musées, de chroniques thématiques ainsi que de la mise en valeur d'objets de collection et d'expériences numériques. Une infolettre spécifique pour Les musées du Québec et une autre pour la version anglaise ont permis de promouvoir les nouveaux contenus, notamment les Chroniques musées. Cette année, sept chroniques signées par la muséologue Claude Benoit et une par Laurence Lainey, agente de communication marketing à Tourisme Autochtone Québec, mettent en lumière la diversité de l'offre muséale.

1. Entrez dans l'intimité de grands entrepreneurs du Québec (avril 2018)
2. Musées, côté jardins... Découvrez des secrets bien gardés! (mai 2018)
3. Musées, côté jardins... Succombez aux charmes de jardins romantiques! (mai 2018)
4. Explorez le savoir-faire autochtone (juin 2018)
5. La tête dans les étoiles : les musées d'astronomie et d'exploration spatiale (juillet 2018)
6. Guerres et paix. Souvenirs d'histoires militaires au musée (novembre 2018)
7. Remonter le temps avec les plus anciennes maisons du Québec (janvier 2019)
8. À la rencontre des pionnières de la Nouvelle-France (mars 2019)

À lire en ligne et à partager sans modération !

En 2018-2019, le site de la SMQ a reçu plus de 222 000 visites dont plus de 107 000 pour Les musées du Québec et plus de 115 000 pour l'Espace professionnel.

Par rapport à l'année 2017-2018, on compte :

- + 21 % de visiteurs (95 K)
- + 8 % de visites (222 K)
- + 13 % de pages vues (485 K)
- + 22 % de nouveaux visiteurs.

Il est à noter que 83 % des visiteurs du site sont nouveaux. Cependant, les visiteurs de l'Espace professionnel y reviennent de plus en plus souvent.

ACTIONS DE PROMOTION

CAMPAGNE ESTIVALE

Au printemps 2018, la SMQ a été approchée par le Groupe Capitale Médias (le Soleil, le Droit, le Nouvelliste, le Quotidien, la Tribune, la Voix de l'Est) pour la première édition de son cahier *Mission [+]* tiré à 165 000 exemplaires. Également disponible en version numérique, ce cahier voulait illustrer le dynamisme des musées sur l'ensemble du territoire. Ainsi, tous les musées membres de la SMQ ont été invités à réserver un espace publicitaire assorti d'un contenu rédactionnel. Dans cette publication, l'offre muséale se déploie région par région. Le directeur général de la SMQ, Stéphane Chagnon, a accordé une entrevue qui a donné lieu à quatre courts textes autour du manque de financement et des enjeux de main d'œuvre (p. 4), du potentiel des innovations numériques (p. 5), des enjeux liés à la conservation du patrimoine religieux et industriel (p. 5) ainsi que des défis liés à la fidélisation des millénariaux (p. 26).

Notre campagne estivale 2018 invitait à découvrir les musées du Québec et *ipso facto*, notre guide des musées en ligne. Avec quatre visuels différents, la campagne s'est déclinée sur les plateformes numériques du Groupe Capitale Médias et du quotidien Le Devoir. Se sont ajoutées deux publicités imprimées : une dans le cahier *L'été des musées* du 12 mai (Le Devoir) et une dans le cahier spécial *Mission [+]* du 16 juin distribué par le Groupe Capitale Médias.



CAMPAGNES ANNUELLES

La SMQ mise de plus en plus sur Facebook et sa plateforme de services publicitaires pour promouvoir l'offre de ses membres.

Les contenus commandités sont principalement les Chroniques musées. Pour la période de Noël, des carrousels commandités ont tourné pendant 21 jours et pour la semaine de relâche, des publicités ont montré, pendant 9 jours consécutifs, la diversité des activités proposées par les membres de la SMQ. Ces actions nous ont permis d'augmenter de 9 % le nombre de mentions « J'aime » de la page Facebook, le nombre de personnes touchées, les interactions et les clics de nos publications. Il est à noter que les noms de la page Facebook et du compte Twitter ont été harmonisés avec le nom de notre site internet. Anciennement « Musées à découvrir », la page Facebook s'intitule désormais « Les musées du Québec ».

De même, le compte Twitter est maintenant @museesQc. La SMQ incarne et positionne régulièrement dans ses tweets le mot-clic #museesQc, utilisé également par les institutions muséales, organismes culturels ou encore par le ministère de la Culture et des Communications.

Facebook

- 3114 mentions « J'aime »
- 212 publications organiques et commanditées
- 7 campagnes publicitaires de 3 à 4 jours
- En moyenne, nos publications rejoignent environ 12 000 personnes et près de 600 personnes interagissent avec celles-ci chaque mois.

Twitter

- 109 tweets émis par la SMQ
- 78,3 K impressions
- 236 clics
- 111 retweets
- 186 j'aime

LES PRIX DE LA SMQ 2018

Annuellement, la SMQ décerne huit prix qui visent à reconnaître, stimuler et récompenser l'excellence de la pratique muséale au Québec : un Prix Carrière, un Prix Relève, cinq Prix Excellence et un Prix Télé-Québec – Coup de cœur du jury.

Les prix Excellence sont, depuis 2017, catégorisés en fonction du coût global du projet muséal de la manière suivante :

- Catégorie 1 : 2 M \$ et plus
- Catégorie 2 : 750 000 à 2 M \$
- Catégorie 3 : 250 000 à 750 000 \$
- Catégorie 4 : 75 000 à 250 000 \$
- Catégorie 5 : 75 000 \$ et moins

UN OBJET DESIGN DE L'ATELIER NON-USELESS

Les lauréats ont reçu un objet design signé par l'atelier Non-Useless de Montréal. Les concepteurs se sont inspirés du logo de la SMQ qu'ils avaient eux-mêmes créé en 2014. La lettre M pour musées est imbriquée dans la lettre Q, pour Québec. Cet objet design est donc à l'image de la SMQ et du réseau des musées du Québec. Il a été réalisé avec le tourneur Éric Dumais, pour le cylindre en merisier, et avec la collaboration du sculpteur Pierre Fournier, pour le M en acier inoxydable.

COMITÉ DES PRIX 2018

Présidente :

Marie-Andrée Levasseur,
Centre d'exposition Raymond-Lasnier

Ana-Laura Baz,
Musée de la civilisation

Anne Charpentier,
Insectarium – Espace pour la vie

Nadine Cloutier,
Exporail – Musée ferroviaire canadien

Sébastien Daviau,
Musée régional de Vaudreuil-Soulanges

LAURÉATS 2018

Fidèle à la tradition, les prix ont été remis dans le contexte festif de la soirée SMQ qui s'est tenue au Hilton Québec, le mercredi 3 octobre. Pour souligner le 60^e anniversaire de la SMQ, un vin d'honneur a été offert en préambule à cette soirée au cours de laquelle Hélène Pagé, présidente de 1997 à 2001, a partagé des mots remplis d'affection et de conviction avec l'ensemble des convives.

Il est possible de lire son message dans l'Espace professionnel.

PRIX CARRIÈRE

Claude Benoit

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 1

Pointe-à-Callière, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 2

Musée des beaux-arts de Montréal

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 3

Centre d'histoire de Montréal

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 4

Centre d'art Diane-Dufresne

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 5

Boréal, centre d'histoire de l'industrie papetière

PRIX RELÈVE

Marie-Hélène Leblanc

PRIX TÉLÉ-QUÉBEC – COUP DE CŒUR DU JURY

Boréal, centre d'histoire de l'industrie papetière

La présentation détaillée des lauréats est disponible en ligne.

20 ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS



Sophie Houle CPA Inc.
Société de comptable professionnel agréé

167, rue Fleury Ouest, # 301 Montréal (Québec) H3L 1T6
Téléphone : 514 382-2938 • Télécopieur : 514 382-7696

www.houlecpa.ca

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT SUR LES ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS

Aux membres de la
SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC

OPINION

Les états financiers résumés, qui comprennent l'état résumé de la situation financière au 31 mars 2019 et l'état résumé des résultats et de l'évolution des actifs nets pour l'exercice clos à cette date, sont tirés des états financiers audités de la Société des musées du Québec pour l'exercice clos le 31 mars 2019.

À mon avis, les états financiers résumés ci-joints constituent un résumé fidèle des états financiers audités, sur la base des critères décrits dans la note aux états financiers résumés.

LES ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS

Les états financiers résumés ne contiennent pas toutes les informations requises par les *Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif*. La lecture des états financiers résumés et du rapport de l'auditeur sur ceux-ci ne saurait par conséquent se substituer à la lecture des états financiers audités et du rapport de l'auditeur sur ces derniers. Ni les états financiers résumés ni les états financiers audités ne reflètent les incidences d'événements postérieurs à la date de mon rapport sur les états financiers audités.

LES ÉTATS FINANCIERS AUDITÉS ET MON RAPPORT SUR CES ÉTATS

J'ai exprimé une opinion non modifiée sur les états financiers audités dans mon rapport daté du 14 juin 2019.

RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS

La direction est responsable de la préparation des états financiers résumés, sur la base des critères décrits dans la note aux états financiers résumés.

RESPONSABILITÉ DE L'AUDITEUR

Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion indiquant si les états financiers résumés constituent un résumé fidèle des états financiers audités, sur la base des procédures que j'ai mises en œuvre conformément à la Norme canadienne d'audit (NCA) 810, *Missions visant la délivrance d'un rapport sur des états financiers résumés*.

Sophie Houle CPA INC.

Montréal, Canada
Le 22 août 2019

État résumé des résultats et de l'évolution des actifs nets préparé à partir des états financiers audités

Exercice clos le 31 mars 2019

	2019	2018
Revenus		
Subventions		
Ministère de la Culture et des Communications :		
Aide au fonctionnement	311 500 \$	271 400 \$
Aide aux projets – Accueil :		
Plan culturel numérique : Mesure 15	75 000	---
Plan culturel numérique : Mesure 24	49 750	598 000
Ministère du travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale :		
Emploi-Québec	55 675	22 787
Ministère du Tourisme :		
Entente de partenariat 2016-2020	116 721	173 271
Commission des partenaires du marché du travail :		
Fonds de développement et de reconnaissance des compétences de la main-d'oeuvre	---	26 008
Ministère du Patrimoine canadien :		
Programme d'aide aux musées	50 000	73 900
Accord Canada-France	2 881	---
	661 527	1 165 366
Autres revenus		
Revenus autonomes	316 016	300 177
Projets spéciaux	55 000	45 000
	371 016	345 177
	1 032 543	1 510 543

	2019	2018
Frais d'exploitation		
Salaires et charges sociales	487 461	498 574
Formation des employés	1 622	71
Déplacements	12 242	12 482
Loyer	13 835	10 729
Honoraires et sous-traitants	24 737	27 085
Télécommunications	9 232	8 901
Dépenses de bureau	16 026	9 355
Assurances	2 643	2 599
Adhésions	4 503	4 370
Publications et envois	3 305	2 476
Publicités et promotion - SMQ	14 480	5 250
Congrès	160 108	65 149
Activités de formation	37 134	29 087
Entretien informatique	17 587	10 116
Frais bancaires	5 028	5 068
Réseautage	---	950
Frais de relocalisation	4 542	---
Amortissement des immobilisations corporelles	3 704	4 140
Projets spéciaux	170 523	714 813
	988 712	1 411 215
Surplus des revenus sur les dépenses avant autres dépenses	43 831	99 328
Dépenses assumées par les actifs nets grevés d'affectation d'origine interne		
Refonte du site web	---	(37 000)
Revue <i>Musées</i> , vol.33	---	(10 000)
	---	(47 000)
Surplus des revenus sur les dépenses	43 831	52 328
Solde de l'actif net au début	167 283	114 955
Solde de l'actif net à la fin	211 114 \$	167 283 \$
Constitution des actifs nets à la fin		
Fond réservé Fiducie ICOM 92	107 500 \$	107 500 \$
Mise à niveau du logiciel de gestion des relations avec les membres (CRM)	40 000	40 000
Réseau Info-Muse	10 000	10 000
Investis en immobilisations corporelles	24 111	3 685
Non affectés	29 503	6 098
Total	211 114 \$	167 283 \$

SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC

État résumé de la situation financière préparé à partir des états financiers audités

31 mars 2019

	31 mars 2019	31 mars 2018
Actif		
Court terme :		
Encaisse	14 800 \$	124 028 \$
Certificat de placement	300 000	196 735
Comptes clients et autres créances	24 838	13 360
Subventions à recevoir	38 118	36 938
Frais payés d'avance	12 349	11 728
	<u>390 105</u>	<u>382 789</u>
Immobilisations corporelles	24 111	3 685
	<u>414 216 \$</u>	<u>386 474 \$</u>
Passif et actifs nets		
Court terme :		
Créditeurs	88 102 \$	64 576 \$
Apports reportés	115 000	149 750
Revenus reportés	---	4 865
	<u>203 102</u>	<u>219 191</u>
Actifs nets :		
Grevés d'affectation d'origine interne	157 500	157 500
Investis en immobilisations corporelles	24 111	3 685
Non affectés	29 503	6 098
	<u>211 114</u>	<u>167 283</u>
	<u>414 216 \$</u>	<u>386 474 \$</u>

1. RÉFÉRENTIEL COMPTABLE ET RÉSUMÉ

Les états financiers résumés ont été préparés par la direction aux fins d'insertion dans le rapport annuel de l'organisme et sont tirés des états financiers audités pour l'exercice clos le 31 mars 2019.

La SMQ remercie les organismes et les ministères suivants pour leur soutien durant l'exercice 2018-2019 :

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

Emploi-Québec
Ministère de la Culture et des Communications
Ministère du Tourisme

GOUVERNEMENT DU CANADA

Ministère du Patrimoine canadien :
Programme d'aide aux musées

**PARTENAIRES ET
COLLABORATEURS**

Association des journalistes indépendants du Québec

Association des musées canadiens

Association des musées suisses

Association québécoise des éducatrices et éducateurs spécialisés en arts plastiques

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Centre de conservation du Québec

Conseil de la formation continue arts et culture de l'Île-de-Montréal

Commission des partenaires du marché du travail

Compétence Culture

Fédération professionnelle des journalistes du Québec

Institut canadien de conservation

Institut du patrimoine de l'Université du Québec à Montréal

CLIC France

Kéroul

Lussier Dale Parizeau

Observatoire de la culture et des communications du Québec

Office de coopération et d'information muséales (OCIM)

Planétarium Rio Tinto Alcan

Programme de maîtrise en muséologie de l'Université du Québec à Montréal

Réseau canadien d'information sur le patrimoine

Société des professeurs d'histoire du Québec (SPHQ)

Télé-Québec

TKNL, créateurs d'expériences

Université du Québec à Montréal