

2019
2020

RAPPORT ANNUEL

SOCIÉTÉ DES MUSÉES
DU QUÉBEC

MUSEES.QC.CA

TABLE DES MATIÈRES

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE	3
CONSEIL D'ADMINISTRATION	7
RAPPORT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL	8
PERSONNEL DE LA SMQ	11
ACTIVITÉS DE FORMATION	12
DOSSIERS ET PROJETS	13
COMMUNICATIONS ET MARKETING	17
CONGRÈS ET COLLOQUE 2019	21
RECONNAISSANCE DE L'EXCELLENCE	22
ÉTATS FINANCIERS RÉSUMÉS	24
REMERCIEMENTS	27

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE

Au terme de cette troisième année à la présidence, une année marquée du sceau de la pandémie, la défense des intérêts supérieurs du réseau muséal québécois aura été, plus que jamais, au cœur de nos actions.

Bien que ce rapport annuel trace le bilan des activités de l'exercice se terminant le 31 mars 2020, il s'avère essentiel de témoigner du rôle primordial que la SMQ a joué lors de la crise sanitaire qui s'est emparée du Québec en mars dernier. Mais dans un premier temps, revenons sur les principaux dossiers politiques qui ont occupé les membres du conseil d'administration (CA) que je m'empresse de remercier. Leur détermination et leur engagement sans faille méritent d'être soulignés de même que le travail de l'équipe interne.

SCÈNE QUÉBÉCOISE

Afin d'épauler le CA, le comité politique a pour mandat de discuter, de négocier et d'agir auprès des diverses instances gouvernementales. Il est constitué de la présidente, de la vice-présidente et du directeur général. Pour nos pourparlers entourant la muséologie scientifique, le comité politique a pu compter sur deux administratrices additionnelles, Carol Pauzé et Carole Bellerose, toutes deux directrices d'institutions muséales scientifiques soutenues au fonctionnement.

Cette année, le comité politique a participé à de nombreuses rencontres avec des représentants du ministère de la Culture et des Communications (MCC), du ministère du Tourisme (MTO), du ministère de l'Économie et de l'Innovation (MÉI), du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et du Fonds de recherche du Québec (FRQ) non seulement pour discuter des enjeux du réseau muséal, mais également pour fournir des avis et des recommandations sur le Programme Aide au fonctionnement pour les institutions muséales (PAFIM), les appels de projets, l'agrément, la muséologie scientifique, les défis liés aux ressources humaines et d'autres sujets d'intérêt.

En outre, plusieurs annonces concernant la muséologie scientifique ont ponctué l'année 2019-2020. Dès septembre, le gouvernement du Québec a adopté un décret autorisant le MÉI à octroyer une aide financière de 3,67 M\$ au FRQ pour l'année en cours, et ce, dans le but de soutenir la mission de 16 institutions muséales à vocation scientifique et technologique ayant reçu l'agrément du MCC. La ministre Nathalie Roy en a fait l'annonce officielle à Rimouski lors de la soirée SMQ dans le cadre de notre colloque annuel. En marge de celui-ci, la SMQ a organisé une rencontre au cours de laquelle la directrice scientifique du FRQ Société et culture, Louise Poissant, s'est adressée par visioconférence aux représentants des institutions muséales soutenues par le FRQ.

Le 10 mars 2020, le budget préparé par le ministre des Finances, Éric Girard, accordait 25 M\$ pour 5 ans aux institutions muséales à vocation scientifique et technologique agréées. Marquant le retour de la muséologie scientifique dans le giron du MCC, cette reconnaissance officielle s'est concrétisée lorsque ce dernier a informé les 16 institutions muséales scientifiques agréées qu'elles recevraient une aide financière à la mission pour l'année 2020-2021. Dans une lettre transmise le 28 avril à la présidente de la SMQ, la ministre Roy «reconnait l'apport essentiel de la muséologie scientifique quant à ses rôles de vulgarisation, d'éducation, de recherche, de valorisation et de conservation». Si la SMQ se réjouit que le MCC pérennise son soutien financier à la muséologie scientifique pour les prochaines années, elle entend par ailleurs poursuivre ses actions pour l'implantation d'un programme normé destiné aux musées scientifiques agréés.

En analysant globalement les chiffres, on constate que l'aide au fonctionnement des institutions muséales agréées (toutes disciplines confondues) est passée de 17 M\$ à 21,8 M\$ en 2020, permettant ainsi à 32 institutions d'obtenir pour la première fois un financement pour leur fonctionnement. Aux 112 institutions agréées et soutenues à la mission par le MCC s'ajoutent 13 centres d'exposition soutenus par le CALQ à la hauteur de 1,63 M\$.

Rappelons que l'une des principales revendications de la SMQ depuis plusieurs années était l'augmentation de l'enveloppe consacrée à l'aide au fonctionnement et la mise en place d'un nouveau modèle de financement permettant une répartition plus équitable des sommes allouées.

Dans le dossier crucial de l'agrément, les résultats ont été dévoilés, le 10 mai, après l'analyse par des comités de pairs indépendants des 191 dossiers acceptés. L'agrément a été octroyé à 149 institutions muséales, soit un taux de réussite de 78 %. La quarantaine n'ayant pas répondu aux exigences s'est vu octroyer par le MCC une aide financière dégressive sur 3 ans. Plusieurs d'entre elles ont bénéficié d'un accompagnement personnalisé. Ces institutions pourront demander de nouveau l'agrément lors de la période de dépôt des demandes, prévue entre janvier et avril 2021.

En août, nous avons profité de notre rencontre avec la ministre de la Culture et des Communications pour insister sur l'importance d'accompagner les institutions muséales qui n'ont pas répondu aux exigences de l'agrément, sur l'aide récurrente au fonctionnement à octroyer aux musées scientifiques, sur les impacts liés à la mesure de gratuité des premiers dimanches du mois, sur l'accessibilité au programme d'appariement Mécénat Placement Culture, sans oublier les défis auxquels sont confrontés les gestionnaires de musée. À cette occasion, la ministre Nathalie Roy s'est montrée très réceptive, laissant une grande place aux dialogues constructifs.

Par ailleurs, lors de la soirée SMQ à Rimouski, la ministre Nathalie Roy a confirmé l'octroi d'une aide financière de 100 000 \$ à la SMQ pour réaliser une enquête sur les ressources humaines dans les institutions muséales. Cette enquête a dû être reportée en raison de la crise sanitaire qui a considérablement modifié notre calendrier.

Du bilan de cette année, nous retiendrons principalement les avancées importantes du MCC pour le réseau muséal. En effet, une vision du développement de la muséologie semble désormais émerger de ses actions.

SCÈNE FÉDÉRALE

La SMQ compte à son actif plusieurs interventions bilatérales et multilatérales sur la scène fédérale. Au cours de la campagne électorale de l'automne 2019, elle s'est jointe à l'Association des musées canadiens (AMC) et aux associations provinciales et territoriales de musées (APTM) pour réclamer la révision de la politique muséale, la modernisation du Programme d'aide aux musées (PAM) et une hausse du financement des programmes.

Le 9 janvier, j'ai eu l'occasion de m'entretenir avec le nouveau ministre du Patrimoine canadien, Steven Guilbeault, sur l'importance de revoir le PAM, de moderniser le programme Musée virtuel du Canada (MVC) et de bonifier le Fonds des expositions itinérantes.

Décidé à donner suite à ces demandes, le ministre Guilbeault n'a pas été en mesure de s'engager sur cette voie puisque quelques mois plus tard le pays était confronté à l'une des pires crises sanitaires de son histoire. Déposé à la fin mars, le budget du gouvernement fédéral a surtout multiplié les mesures destinées à aider les particuliers et les entreprises affectés par la pandémie.

Pendant cette période complexe, la SMQ a eu des entretiens privilégiés avec des membres du cabinet du ministre de Patrimoine canadien au cours desquels elle a demandé la création d'un fonds d'urgence pour rapatrier les expositions itinérantes bloquées dans des musées fermés, pour rembourser les dépôts destinés à des expositions qui n'auront pas lieu ou pour absorber les frais supplémentaires nécessaires à la reprise des activités. Elle a également milité en faveur d'un assouplissement des programmes pour l'embauche de ressources humaines dans les musées tels que Jeunesse Canada au travail et Emploi Été Canada.

Le 15 avril, l'AMC a réuni virtuellement les représentants des APTM. À cette occasion, le ministre du Patrimoine canadien s'est montré réceptif aux préoccupations formulées par les participant.e.s, dont la SMQ, au sujet notamment des mesures financières que son gouvernement comptait mettre en place pour aider les musées à surmonter la crise liée à la COVID-19.

COVID-19

Suivant la déclaration par l'Organisation mondiale de la santé d'une pandémie de COVID-19, le 11 mars 2020, le gouvernement du Québec a décrété un état d'urgence sanitaire dans tout le territoire, suivi de l'ordre formel de fermer tous les commerces non essentiels ainsi que les lieux publics et de rassemblement. Le Québec était frappé de plein fouet par une pandémie d'une ampleur inégalée depuis la grippe espagnole.

Consciente des répercussions de cette crise pour la société québécoise et, plus particulièrement pour le réseau muséal, la SMQ est passée rapidement en mode de gestion de crise assurant, à distance, tous les services aux membres.

Déployée en télétravail, l'équipe de la SMQ a redoublé d'efforts pour informer, soutenir et accompagner les institutions muséales à chacune des étapes de la crise, de son déclenchement jusqu'à la relance des activités. Je laisse le soin à notre directeur général, Stéphane Chagnon, de présenter l'ampleur du travail accompli sur le terrain. Véritable « premier répondant », la SMQ est demeurée en contact étroit avec ses membres, tout en assurant une présence stratégique auprès de multiples interlocuteurs de la classe politique.

Dès la mi-avril, elle a acheminé au MCC son *Plan d'intervention sanitaire pour les musées en temps de COVID-19*. Elle a collaboré activement avec plusieurs ministères, démontrant immanquablement la capacité des institutions muséales à implanter des protocoles sanitaires stricts pour assurer la sécurité à la fois du public et du personnel. À maintes reprises, elle a expliqué le rôle social et la pertinence des musées, présentés alors comme des refuges pouvant aider les communautés éprouvées à retrouver une certaine normalité après un tel confinement.

La SMQ a aussi participé aux travaux du comité ministériel pour la relance du secteur muséal, faisant preuve d'un leadership remarqué lors des discussions ministérielles animées par la sous-ministre Marie Gendron et auxquelles participaient la ministre Nathalie Roy, les musées d'État, des syndicats, des représentant.e.s municipaux, le CALQ, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) et des représentant.e.s de la santé publique.

Au cours de ses nombreux échanges avec le MCC, la SMQ a défendu son plan d'intervention sanitaire, réclamé un fonds d'urgence et demandé un soutien financier ponctuel pour faciliter le fonctionnement en contexte de pandémie. Avec les représentant.e.s de la santé publique et de la CNESST, elle s'est assurée que la réalité du terrain soit bien comprise au moment de rédiger les normes sanitaires.

C'est le 22 mai que la ministre Roy a annoncé la reprise possible des activités des institutions muséales et des bibliothèques à compter du 29 mai. Nous avons accueilli avec soulagement cette annonce, très attendue, couronnant par le fait même l'ensemble de nos interventions et de nos recommandations.

Tout au long de cette crise, la SMQ a réagi de façon proactive aux bouleversements que subissait le réseau muséal. Aujourd'hui encore, ceux et celles qui animent nos musées, centres d'exposition et lieux d'interprétation sont confrontés à de nombreux défis pour rendre l'expérience muséale attrayante et assurer la viabilité financière de leur institution. Vous avez fait preuve de résilience, d'inventivité et de détermination. En tant que présidente de la SMQ, je tiens à vous réaffirmer notre entière solidarité et notre appui indéfectible.

GOUVERNANCE

Au cours de l'année, le comité d'analyse des règlements généraux a poursuivi ses travaux autour de la demande formulée lors de l'assemblée générale de 2018 à l'effet de permettre aux travailleur.euse.s autonomes de siéger au conseil d'administration. Ce comité est constitué de Carmelle Adam, Nicolas Gauvin, Stéphane Chagnon et moi-même. Afin de nourrir notre réflexion, nous avons organisé une rencontre, le 2 octobre, en marge de notre colloque. À cette occasion, nous avons échangé avec une dizaine de travailleur.euse.s autonomes sur leurs défis et leur réalité sur le terrain. Cette rencontre a été l'occasion de faire le point sur leur contribution à l'écosystème muséal et sur la vie associative en lien avec leur statut. Il a bien sûr aussi été question des enjeux liés à l'éthique et aux apparences de conflit d'intérêts, tout comme des formations et des comités ad hoc auxquels ils et elles participent.

Compte tenu des risques de conflits d'intérêts ou d'apparence de conflits d'intérêts, les membres du CA ont résolu à l'unanimité « de ne pas donner suite à la demande formulée à l'effet de permettre aux travailleurs autonomes et aux employés de micro-entreprises (1 à 4 employés) spécialisée en muséologie d'être éligibles comme administrateurs et de maintenir l'article 5.1.1.2 des règlements généraux tel qu'il est ».

Consciente du rôle majeur des travailleur.euse.s autonomes dans l'écosystème muséal, la SMQ tient à souligner leur précieuse contribution au développement de la muséologie au Québec.

REMERCIEMENTS

Les derniers mois ayant montré à quel point nous sommes vulnérables, les membres du CA se sont pleinement investis dans les dossiers politiques, et ce, avec rigueur et constance tout au long de l'année. Je tiens à leur exprimer ma gratitude pour leur générosité, leurs avis éclairés et leur dévouement pour la cause des musées. Ils ont investi temps et énergie dans l'avancement des multiples dossiers stratégiques de la SMQ.

Mes remerciements vont également à notre vice-présidente, Marie-Andrée Levasseur, et à notre secrétaire-trésorière, Carole Bellerose, qui quittent le CA après 6 années de loyaux services. Elles ont contribué à la synergie qui anime les rencontres du CA et qui nous amène à œuvrer solidairement à la défense des intérêts supérieurs du réseau. Permettez-moi de remercier chacun des membres du CA pour leur apport exemplaire à notre vie associative de même que ceux du comité politique et des autres comités.

Mille mercis au directeur général, Stéphane Chagnon, pour son leadership et sa détermination à mener à bien les destinées de la SMQ. Il peut compter sur une équipe aguerrie d'infatigables travailleur.euse.s qui visent toujours l'excellence.

En terminant, j'adresse mes derniers remerciements aux membres de la SMQ pour la confiance qu'ils et elles m'ont accordée depuis le début de ma présidence en octobre 2017. Plus que jamais, je demeure convaincue de l'importance de notre association et de la pertinence de ses actions.

Si l'expérience des années antérieures peut, certes, être utile et précieuse, les années se suivent, mais ne se ressemblent pas.



Michelle Bélanger, présidente

CONSEIL D'ADMINISTRATION

DIRIGEANTES

Michelle Bélanger,
Musée de la nature et
des sciences de Sherbrooke,
présidente

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

Carole Bellerose,
Centre de la Biodiversité
du Québec,
secrétaire-trésorière

ADMINISTRATEURS.TRICES

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

Nicolas Gauvin,
Musée de la civilisation

Sophie Limoges,
Pôle culturel du Monastère
des Ursulines de Québec

Vincent O'Neill,
Musée du Fort Saint-Jean

Carol Pauzé,
Musée de l'ingéniosité
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 GÉNÉRAL

C'est avec grand plaisir que je vous présente le bilan de l'année 2019-2020 de la Société des musées du Québec. L'intensité avec laquelle nous avons vécu les récents événements aurait pu nous faire perdre de vue tout ce que nous avons accompli au cours de la dernière année. Bien avant le début de la pandémie, la SMQ comptait à son actif plusieurs réalisations significatives auxquelles s'est ajoutée la gestion des opérations en temps de crise. Je vous invite à lire l'ensemble du rapport annuel afin de mesurer l'ampleur des actions menées par notre équipe au bénéfice des membres et du réseau muséal. Les états financiers résumés préparés par l'auditeur indépendant font partie intégrante de ce rapport.

Dès le début de l'année, une révision de la structure organisationnelle s'est imposée en raison de la création d'un nouveau poste d'agente de développement numérique confié à Judith Houde et de l'arrivée de Céline Le Merlus à la direction de la formation et du développement professionnel en mai 2019. Pour sa part, Katia Macias-Valadez, directrice des communications, s'est vu confier la responsabilité du futur portail Infomuse. Deux chargés de projets, une agente de services aux membres, une chargée de communications et un adjoint à la direction complètent l'équipe de la SMQ. Cœur et âme de notre organisation, je tiens à les remercier très sincèrement pour leur immense contribution à l'accomplissement de notre mission.

Quel bilan dresser pour cette deuxième année du plan stratégique 2018-2021 ? Avons-nous atteint nos objectifs ? Nous pouvons certainement nous réjouir des résultats obtenus pour le réseau muséal. Agissant comme levier pour l'accès à de nouvelles ressources, la SMQ a mis en œuvre des stratégies et des actions qui ont permis de réelles avancées : bonification de l'enveloppe du PAFIM, reconnaissance de la muséologie scientifique et soutien récurrent pour les institutions muséales scientifiques agréées.

De manière générale, nous avons atteint les cibles du plan stratégique, soit favoriser l'adoption de bonnes pratiques, assurer le développement professionnel et positionner les musées au sein de l'industrie touristique. Au nombre des réalisations importantes figurent les enquêtes estivales sur la provenance et la satisfaction des visiteurs, l'offre de formation continue comprenant 35 activités dans toutes les fonctions muséales, le déploiement de la campagne promotionnelle « Les musées du Québec. Des émotions à partager » et la mise sur pied d'un programme d'accompagnement sur mesure en matière de tourisme culturel. Avec l'appui d'experts, nous avons organisé du *coaching* individualisé en plus des cohortes d'accompagnement en groupe sur des sujets spécifiques. La convergence de ces actions vise ultimement à améliorer la performance des institutions muséales.

Comme annoncé dans le précédent rapport annuel, nous avons réalisé une campagne de recrutement de nouveaux membres, principalement en interpellant les professionnels. Les par différents canaux numériques liés à l'Espace professionnel. Nous avons ainsi procédé à une refonte de la page « Devenez membre » en y intégrant une nouvelle identité graphique, un slogan *Agir ensemble pour le réseau muséal* et un argumentaire qui met l'accent sur la solidarité. Une hausse de 7 % du membrariat individuel a par le fait même augmenté nos revenus d'adhésion.

Sur le plan financier, l'exercice clos le 31 mars 2020 se termine par un surplus des revenus sur les dépenses pour une cinquième année consécutive. Le rapport de l'auditeur indépendant sur les états financiers présente un surplus de 3 333 \$ pour l'exercice 2019-2020. Ces résultats sont attribuables à une gestion rigoureuse des dépenses et à notre capacité de multiplier les sources de financement. Pour sa part, la mise à niveau du CRM a été réalisée dans le respect du cadre financier prévu avec les actifs nets grevés d'affection. On doit également souligner la hausse de 10 % des revenus de cotisation qui sont passés de 136 860 \$ à 150 051 \$. Il s'agit d'un soutien significatif des membres et d'un geste de solidarité à l'égard du réseau. La SMQ peut également compter sur l'appui financier de ministères québécois et de partenaires privés qui reconnaissent notre importante contribution au développement et au rayonnement du secteur muséal. Au bilan, la SMQ demeure en bonne santé financière, mais elle doit demeurer vigilante, n'étant pas à l'abri de crises ou de bouleversements.

Cette année encore, notre colloque annuel a connu un vif succès. Réalisé sur le thème de l'humain au centre des actions muséales, il a réuni 241 participants à Rimouski et retenu l'attention des médias. Pour la première fois de son histoire, la SMQ a remis un prix à titre posthume. Michel Perron s'est vu décerner le prix Carrière lors d'une cérémonie empreinte d'émotions au cours de laquelle Katia Macias-Valadez a résumé les faits saillants de son parcours professionnel axé sur la concertation, la rigueur et l'excellence. Je tiens à remercier nos partenaires et commanditaires qui ont contribué à la réussite de ce rendez-vous annuel très prisé de la communauté muséale du Québec.

Tout au long de l'année, la SMQ positionne le secteur muséal dans les dossiers stratégiques en participant à de nombreux groupes de travail, notamment avec Compétence Culture, le Comité de concertation sur les sorties scolaires en milieu culturel, le Conseil de la formation continue Art et Culture de l'Île-de-Montréal, l'Observatoire de la Culture et des Communications du Québec, le comité de la mesure 113 du Plan culturel numérique, le comité sur la médiation numérique du Musée des beaux-arts de Montréal, la Chaire de recherche UQAM sur la gouvernance des musées et le droit de la culture, etc.

Avec sa campagne promotionnelle de l'été 2019, à l'intention des familles, la SMQ a mis en place une stratégie judicieuse utilisant les émojis pour promouvoir les musées du Québec et les émotions qu'ils peuvent susciter. Cette campagne, essentiellement numérique, nous a valu le prix Excellence de l'Association des musées canadiens, dans la catégorie marketing.

Par ailleurs, le bilan de l'année 2019-2020 ne saurait être complet sans un rappel des événements entourant la pandémie de coronavirus. Dans de telles situations, l'efficacité d'une organisation se mesure par sa capacité à répondre adéquatement aux sollicitations de son environnement de même que par la flexibilité de ses effectifs. Or, dès les premiers instants, la SMQ a rapidement mesuré l'ampleur de la crise, s'affirmant comme la référence incontournable. À l'image d'un « premier répondant » auprès de ses membres, elle a agi avec diligence et doigté en tant qu'interlocutrice privilégiée auprès des différentes parties prenantes. Tout au long du confinement, le personnel en télétravail s'est adapté aux circonstances, pour le moins difficiles, faisant preuve d'une réactivité et d'une souplesse hors du commun. Sans vouloir faire la genèse des événements, il importe de rappeler les principales actions entreprises par la SMQ pour aider les institutions muséales à surmonter la crise. Il n'est pas étonnant que le milieu muséal ait été le premier secteur culturel autorisé à rouvrir ses portes. En effet, nous avons démontré aux différentes instances concernées qu'il s'agit d'un réseau structuré, capable de travailler en concertation. Nous avons aussi rédigé un plan d'intervention sanitaire pour les musées, multiplié les interventions auprès des décideurs, établi rapidement des canaux de communications efficaces et proposé un calendrier pour les différentes étapes nécessaires en vue d'une réouverture sécuritaire des institutions muséales.

Une veille systématique des informations provenant des gouvernements, des organisations de santé publique et des médias a été mise en place afin de diffuser toute l'information pertinente dans notre nouvelle page Web COVID-19 de l'Espace professionnel. Le 23 mars, un message de solidarité de la présidente a été transmis aux représentant.e.s institutionnel.le.s pour leur réitérer tout notre soutien. Des forums virtuels de discussion ont permis aux membres de partager leurs préoccupations ainsi que d'échanger sur les pistes de solution.

La SMQ a aussi réalisé deux sondages pour mesurer les impacts de la COVID-19, l'un auprès des institutions muséales et l'autre auprès des firmes et des travailleur.euse.s du secteur muséal. Les résultats du sondage mené auprès des musées et le résumé des échanges des forums sont [disponibles en ligne](#). À la fin du mois d'avril, nous disposions d'un portrait global de la situation et nous avons alors pu interpellier les gouvernements sur la nécessité de mettre en place un fonds d'urgence pour les institutions muséales.

Pour aider les institutions muséales à se conformer aux normes édictées par la CNESST et pour préparer une réouverture sécuritaire à la fois pour le personnel et pour leurs publics, la SMQ a produit une série de pictogrammes et distribué plus de 500 protecteurs faciaux à travers le Québec. À chacune des étapes de la pandémie, nous avons travaillé sans relâche afin de soutenir les gestionnaires des institutions muséales. Des activités de formation à distance et des webinaires en lien avec la situation exceptionnelle ont été organisés avec brio grâce au Programme actions concertées pour le maintien en emploi (PACME). À la réouverture des musées, le 29 mai, et jusqu'à ce jour, la SMQ s'est assurée auprès des autorités de la santé publique que les mesures sanitaires soient adaptées à la spécificité muséale et à l'évolution de la situation.

Aujourd'hui encore, nous n'avons pas totalement saisi l'ampleur des répercussions de la pandémie sur l'écosystème muséal. Confrontés au quotidien à la menace d'une possible deuxième vague, nous devons capitaliser sur les apprentissages et surtout, évaluer notre gestion de crise en considérant les succès et les faiblesses de nos interventions. Une chose est certaine, nous serons à vos côtés tout au long de cette route.

REMERCIEMENTS

Je tiens sincèrement à remercier notre présidente, Michelle Bélanger, qui s'est dévouée corps et âme pour défendre les intérêts du réseau, de même que les membres du CA et des différents comités pour leurs avis éclairés et leur précieuse contribution à notre vie associative. Je saisis cette occasion pour exprimer mes vifs remerciements à mes collègues qui accomplissent un travail formidable. Je remercie enfin les membres de la SMQ pour leur confiance, de même que les subventionnaires, partenaires, consultant.e.s et formateurs.trices pour leur soutien dans nos efforts pour faire rayonner le secteur muséal.



Stéphane Chagnon, directeur général

PERSONNEL DE LA SMO

Hugo Barrette,
chargé de projets

Stéphane Chagnon,
directeur général

Nora Charifi,
chargée de communication

Esther Gagnier,
chargée de projets

Judith Houde,
agente de développement
numérique

Lisa Klimuszko,
agente – service aux membres

Céline Le Merlus,
directrice de la formation et
du développement professionnel

Katia Macias-Valadez,
directrice des communications
et d'Infomuse

Frédéric Roberge,
adjoint à la direction

CONTRACTUEL.LE.S

Cendrine Audet,
révisseuse linguistique

Sara Juneau,
technicienne en muséologie

Fabien L'Heureux,
notaire

Julie St-Amant, CGA

Lisa Waite,
traductrice

ACTIVITÉS DE FORMATION

En 2019-2020, la SMQ a offert 35 activités de formation, dont 7 nouvelles, dans 8 régions différentes du Québec. Ces activités ont été suivies par 427 participants, ce qui représente une légère baisse de 1,4 % par rapport à l'année 2018-2019. Deux formations prévues en mars 2020 ont dû être annulées à cause de la pandémie de COVID-19. Afin d'élargir son champ d'action à l'extérieur de Montréal, la SMQ a collaboré avec 8 conseils de la culture : le Conseil de la culture de l'Abitibi-Témiscamingue, le Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches, Culture Saguenay – Lac-Saint-Jean, Culture Bas-Saint-Laurent, Culture Centre-du-Québec, Culture Gaspésie et Culture Laurentides. La crise sanitaire qui a frappé l'ensemble de nos activités nous a donné l'occasion de transformer notre offre et de développer un important volet de formations à distance qui débutera rapidement en 2020-2021.

Cette année, la SMQ a offert 2 formations transversales en collaboration avec le Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ). De son côté, le RCAAQ a réalisé 2 formations transversales auxquelles 6 professionnels membres de la SMQ ont participé. Une activité de formation sur mesure a également été organisée par la SMQ pour le Centre d'histoire de Montréal.

Nous tenons à remercier le Centre de conservation du Québec et l'Institut canadien de conservation pour leur précieuse collaboration ainsi que les 16 expert.e.s invité.e.s pour leur généreuse contribution à la tenue d'activités de formation : Mathieu Campagna, Jean-Maxime Couillard, Marie-Ève Courchesne, Jean-Daniel Doucet, Evelyne Drouin, Éric Durocher, France Gagnon, Marina Gallet, Mélanie Goyette, Martin Imbeault, Emanuela Iordanescu, Jean-François Leclerc, Linda Liboiron, Nathalie Thibault, Dominique Trudeau et Thibault Zimmer.

FORMATIONS OFFERTES

- *Adolescents au musée*
- *Concevoir des activités éducatives pour les familles* (5)
- *Conservation préventive des peintures*
- *Créativité et techniques d'idéation en milieu muséal I*
- *Créativité et techniques d'idéation en milieu muséal II* (2) – Nouveauté
- *Développer des stratégies ludiques efficaces en contexte muséal* – Nouveauté
- *Développer une stratégie promotionnelle efficace*
- *Du titre au cartel : les textes d'exposition*
- *Évaluation muséale : construire un questionnaire à toute épreuve* – Nouveauté
- *Innovation numérique et design d'exposition* (2)
- *Introduction (I) aux données ouvertes pour les musées* – Nouveauté
- *Introduction (II) aux données ouvertes et liées pour les musées* – Nouveauté
- *L'art d'accorder une entrevue à un journaliste* – Nouveauté
- *Libération de droits d'auteur au musée : de la théorie à la pratique*
- *Médias sociaux et marketing numérique : quelles sont les bonnes pratiques ?*
- *Médiation muséale : comment établir un dialogue avec ses publics*
- *Photo-documentation des objets de collections*
- *Positionnement et gestion des stocks – Augmentez les ventes de votre boutique* – Nouveauté
- *Réaliser un projet d'exposition* (2)
- *Recevoir son monde : les bases de l'animation* (3)
- *Reconnaître les essences de bois qui composent les objets de collection*
- *Rédiger pour le Web et les médias sociaux*
- *Scénario d'exposition*
- *Scénariser une animation* (2)
- *Service à la clientèle et accueil au musée*

FORMATEUR.TRICE.S

- Nathalie Boudreau**, consultante
- Mylène Choquette**, Institut canadien de conservation
- Lucie Daignault**, consultante
- Isabelle Desaulniers**, consultante
- Karine Di Genova**, Parcs Canada
- Roger Drolet**, consultant
- Sylvie Durand**, consultante
- André Fortin**, consultant
- Frédéric Gonzalo**, consultant
- Michel Groulx**, consultant
- Marc Haineault**, ébéniste
- Claude Lalonde**, consultant
- Éric Lefebvre**, avocat
- Geneviève Murray**, consultante
- Eloïse Paquette**, Centre de conservation du Québec
- Christelle Renoux**, Musée d'art contemporain des Laurentides
- Marielle Saint-Germain**, consultante
- Laurent Michel Tremblay**, scénographe et designer d'exposition
- Dominique Trudeau**, consultante
- Érik Vigneault**, consultant
- Germain Wiseman**, Institut canadien de conservation

TRAVAIL SUR LES COLLECTIONS MUSÉALES

Depuis le 1^{er} avril 2019, la SMQ compte une agente de développement numérique (ADN) dans son équipe, grâce au soutien financier du ministère de la Culture et des Communications, dans le cadre de la mesure 120 du Plan culturel numérique du Québec (PCNQ). Ainsi, Judith Houde fait partie du réseau des ADN, une famille de plus de 40 agent.e.s de développement numérique, dont les mandats s'articulent autour de l'appropriation de la culture numérique et d'une réelle implantation de celle-ci dans tous les secteurs du milieu culturel. Outre sa participation aux activités organisées pour l'ensemble des ADN, activités ancrées dans l'approche collaborative et multiplateformes virtuelles, notre ADN a placé au cœur de ses actions le développement d'un portail des collections muséales du Québec, baptisé Infomuse, graphiquement incarné par la signature ci-dessous.



Dans un premier temps, nous avons constitué un comité de professionnels de divers horizons pour nous aider dans la réflexion et les orientations à donner à ce nouveau portail. Afin de dresser un état de situation concernant la numérisation des collections et des archives dans les musées du Québec, nous avons élaboré un questionnaire qui a permis également de sonder les membres quant aux orientations à privilégier pour Infomuse. Ce sondage numérique a été envoyé, en juin 2019, à tous nos membres institutionnels ainsi qu'aux usagers du Réseau Info-Muse.

[Il est possible de consulter le rapport du sondage en ligne.](#)

En prélude au colloque de Rimouski, nous avons organisé une séance de réflexion et d'échanges au cours de laquelle les résultats du sondage ont été présentés aux 40 membres de la SMQ *in situ*. De plus, 15 membres ont pu y assister en ligne. Cette rencontre a aussi été l'occasion de discuter du nouveau portail Infomuse et de son positionnement en tant que référence incontournable en matière de diffusion des collections et des archives muséales.

LA SMQ REMERCIE LES MEMBRES DU COMITÉ INFOMUSE :

Hugo Barrette,
SMQ

Nathalie Boudreau,
Musée POP

Sébastien Daviau,
Musée régional de
Vaudreuil-Soulanges

Andréa Kunchembuck,
Cinémathèque québécoise

Élizabeth Lauzon,
Musée d'art contemporain
des Laurentides

Isa Mailloux,
Musée de la civilisation

Nathalie Thibault,
Musée national des beaux-arts
du Québec

Cindy Veilleux,
Musée d'art contemporain
de Montréal

Jean-Paul Viaud,
Exporail, le Musée
ferroviaire canadien

ONTOLOGIE DU PATRIMOINE CULTUREL QUÉBÉCOIS

Par ailleurs, la SMQ poursuit sa contribution à l'élaboration d'une ontologie du patrimoine culturel québécois permettant d'organiser les connaissances sur celui-ci en définissant et en mettant en relation les concepts associés, comme le prévoit la mesure 113 du PCNQ. Judith Houde et Hugo Barrette participent aux travaux du comité patrimoine qui se déroulent sur une base régulière et virtuelle depuis le début de la pandémie. Ils collaborent notamment au projet de preuve de concept visant à réaliser un outil de visualisation de données muséales.

DÉPÔT D'UN JEU DE DONNÉES OUVERTES

Pour favoriser la découvrabilité des musées du Québec, nous avons déposé sur le portail Données Québec un premier jeu de données ouvertes en format csv. Intitulé [Institutions muséales du Guide des musées du Québec](#), ce fichier contient leurs coordonnées complètes, en français et en anglais, ainsi que les données de géolocalisation. En plus, il renseigne sur les champs d'intérêt, les cotes d'accessibilité éditées par Kéroul ainsi que les liens existants vers les pages Web des programmations et des activités muséales. Nous avons également prévu un service Web synchronisé avec notre système de gestion des membres pour que les mises à jour du jeu de données ouvertes puissent se faire automatiquement.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE 2016-2020

Au cours de cette dernière année de l'entente 2016-2020 signée avec le ministère du Tourisme (MTO), la SMQ a poursuivi ses actions dans les trois champs d'intervention ciblés par le Ministère, soit la structuration de l'offre muséale, l'accompagnement des institutions muséales, la production et le partage de connaissances stratégiques.

En tant qu'association touristique sectorielle, la SMQ travaille au positionnement des institutions muséales au sein de l'industrie touristique afin qu'elles demeurent incontournables en matière de tourisme culturel. Aussi participe-t-elle aux diverses activités et actions de représentation de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

ITINÉRAIRE MUSÉES POUR DÉCOUVRIR LES SECRETS DE LA NATURE

Dans les cartons depuis quelque temps déjà, un nouvel itinéraire mettant de l'avant des musées concernés par la nature et l'environnement a pu être réalisé cette année. Il s'ajoute ainsi à notre série des itinéraires musées pour découvrir le fleuve Saint-Laurent, la Nouvelle-France ainsi que les Premières Nations et les Inuits, tous disponibles [en français](#) et [en anglais](#).

Ce nouvel itinéraire, [uniquement virtuel](#), regroupe 15 membres de la SMQ qui invitent à observer de près le vivant, à parcourir des coins de pays grandioses ou à voir comment verdir son quotidien. Comme pour les autres, les textes ont été rédigés par Annick Poussart et la fonctionnalité « Mon carnet de route » permet de bâtir, de modifier, de sauvegarder et de partager un itinéraire avec les musées que l'on souhaite visiter.

Certes, dans le contexte de pandémie, il a été impossible d'en faire la promotion comme prévu cet été. Toutefois, il a été conçu en ayant à l'esprit les paramètres nécessaires pour mettre en place, le moment venu, des campagnes promotionnelles ciblées.

ENQUÊTES ESTIVALES 2019

En 2019, nous avons repris le projet d'enquêtes conçu en 2018 à la fois pour recueillir des données uniformes et pour implanter de bonnes pratiques, notamment grâce à des outils réalisés avec Lucie Daignault, experte en évaluation muséale. Cette année toutefois, nous avons défini en amont un plan d'échantillonnage par grappes afin que le sondage soit considéré comme représentatif de l'ensemble des membres de la SMQ. Étant donné l'uniformité des sondages, nous avons obtenu des données comparables sur plusieurs aspects, et ce, pour deux étés consécutifs.

Ainsi, l'enquête de provenance cumule les réponses de 554 377 visiteurs, soit 426 879 de plus qu'en 2018. Cette augmentation marquée s'explique par l'ajout de plusieurs musées ayant un fort achalandage dans des pôles touristiques importants. En outre, les réponses collectées couvrent 15 régions touristiques du Québec différentes. Au cours de l'été 2019, 66 % des visiteurs sont des touristes, dont 46 % proviennent de l'extérieur du Québec.

Au chapitre de la satisfaction, la similitude des résultats avec ceux de l'an dernier saute aux yeux. Que ce soit pour la qualité de l'accueil et des expositions ainsi que la courtoisie du personnel, l'expérience de visite au musée est source de satisfaction pour la majorité des visiteurs. Pendant la période estivale, 69 % des répondants en sont à leur première visite au musée. De plus, près de la moitié des visiteurs mentionnent être venus dans la région en partie ou surtout pour visiter le musée.

EN RÉSUMÉ POUR LA SATISFACTION

	2018	2019	2018 et 2019
Nombre de musées participants	55	55	110
Nombre de répondants	10 651 Francophones: 80 % Anglophones: 20 %	13 204 Francophones: 75 % Anglophones: 25 %	23 855
Représentativité	Non, car participation sur une base volontaire	Oui, car définition d'un plan d'échantillonnage par grappes	68 musées différents
Autre	Marge d'erreur: 3 % Niveau de confiance: 95 %	Marge d'erreur: 3 % Niveau de confiance: 95 %	

Il importe aussi de souligner qu'avec ce projet, les musées contribuent à documenter globalement la satisfaction liée à l'expérience de visite dans le secteur muséal. Qui plus est, ceux-ci reçoivent un rapport individualisé qui les aide à mieux connaître leurs publics pendant la saison estivale.

Les faits saillants et les rapports en format PDF sont [disponibles dans notre site](#).

Par ailleurs, le nombre élevé de réponses pour plusieurs sous-échantillons nous a donné l'idée d'exploiter les données de différents sous-groupes. Lucie Daignault a donc réalisé un travail approfondi d'analyse et de croisement des données. [Disponibles en ligne](#), ces typologies de publics apportent un éclairage très intéressant sur les profils et les comportements des visiteurs en fonction de certaines variables. La typologie par catégories de publics ainsi que celle par types de musées aideront sans contredit les professionnels et les gestionnaires à analyser la réalité de leur propre institution muséale tant par les ressemblances que par les différences. En outre, elles constituent d'excellents guides pour une réflexion sur l'élargissement des publics, notamment pour adapter les approches et les produits en fonction des caractéristiques révélées.

ACCOMPAGNEMENT DES INSTITUTIONS MUSÉALES

Bien avant la pandémie de COVID-19 qui a amené les ministères à encourager l'accompagnement sous toutes ses formes, nous avons prévu de multiples actions d'accompagnement conçues dans une approche transversale et grâce à des financements croisés.

Mis à l'honneur cette année, le webmarketing a nettement prédominé les activités organisées pour le Groupe innovation et performance (GIP), composé d'institutions membres choisies à partir de critères de performance touristique. Parmi les aspirants leaders, 11 ont décidé de faire partie d'un projet audacieux qui alliait une campagne promotionnelle estivale à l'intention des familles et un programme d'accompagnement sur mesure. Financé dans le volet Initiatives stratégiques du Fonds du Canada pour l'investissement en culture de Patrimoine canadien, ce projet visait à améliorer l'efficacité de nos actions respectives en webmarketing au cours de l'été 2019. Tel un laboratoire d'expérimentation numérique, la campagne promotionnelle réalisée dans ce contexte nous a amenés à mettre directement en application les compétences acquises en matière de webmarketing, un domaine en perpétuelle transformation. Ainsi, malgré un calendrier extrêmement serré (la subvention ayant été confirmée en mars), nous sommes très fiers des résultats obtenus. Non seulement notre site a connu une performance remarquable, et détaillée ci-après, mais notre projet a été couronné par un prix d'Excellence de l'Association des musées canadiens dans la catégorie marketing. Certes, une telle reconnaissance repose en bonne partie sur une performance mesurée par des données quantitatives, mais elle révèle d'abord et avant tout l'efficacité d'une équipe – petite mais redoutable – qui a su surmonter les nombreux obstacles qu'un tel projet comporte. Qu'elle soit donc ici félicitée et chaleureusement remerciée pour son excellent travail!

En plus des 5 activités de groupe avec les experts Frédéric Gonzalo et Myriam Jessier (formations, partage d'expériences et remue-méninges) et du *coaching* individualisé offerts aux 11 musées partenaires, nous avons réalisé des outils pour partager l'expérience acquise par l'équipe de la SMQ. Un véritable [tableau de bord disponible dans notre site Web](#) regroupe plusieurs ressources et références en ligne, des trucs et astuces ainsi que des aide-mémoire et des listes de contrôle prêts à imprimer, un modèle de rapport Data Studio et un glossaire.

En lien avec les enquêtes estivales, nous avons organisé une activité de développement professionnel sur la méthodologie et la collecte de données et, une autre, sur l'analyse de celles-ci. Toutes deux ont été proposées, en présentiel et en ligne, à l'ensemble des musées participants. Enfin, une activité animée dans un esprit de codéveloppement a été organisée en décembre sur le sujet hautement sensible de la gestion des données et des solutions numériques pertinentes pour les musées. Cette dernière a confirmé le besoin de poursuivre les actions en matière de billetteries électroniques adaptées à la réalité muséale. La relance des activités en temps de pandémie a bien sûr confirmé l'urgence d'agir!

D'autre part, après 3 années d'activités du GIP, le bilan est majoritairement positif et le degré de satisfaction des participant.e.s tout à fait respectable. Cependant, nous pensons que la formule mérite une révision. Ainsi, nous avons effectué une enquête auprès de nos membres institutionnels de petite et de moyenne taille dans le but d'établir un diagnostic des besoins d'accompagnement en tourisme culturel. Ce sondage portait sur trois aspects distincts, soit le positionnement dans l'écosystème touristique, la connaissance des publics, ainsi que l'accueil et le service à la clientèle.

L'analyse de la centaine de réponses collectées nous a permis de jeter les bases d'un programme d'accompagnement personnalisé qui sera offert en complémentarité avec des cohortes d'accompagnement de groupe sur des sujets spécifiques, le tout grâce au soutien financier du ministère du Tourisme que nous tenons à remercier. En outre, parmi les 76 musées qui ont manifesté leur intérêt à faire partie d'un projet pilote pour préparer la saison touristique 2020, 7 ont été sélectionnés dans chacun des trois axes retenus. Il s'agit des membres institutionnels suivants:

- Centre d'art de Kamouraska
- Centre d'histoire Arvida
- Exporail, le Musée ferroviaire canadien
- Maison de nos Aïeux et Maison Drouin
- Musée du Monastère des Augustines
- Moulin Légaré
- Musée amérindien de Mashteuiatsh

En raison de la pandémie, certains ont décidé de reporter leur projet à l'année prochaine, mais d'autres ont commencé le travail avec des ressources professionnelles engagées et supervisées par la SMQ.

17 COMMUNICATIONS ET MARKETING

SITE WEB DE LA SMQ

musees.qc.ca

L'année 2019-2020 a été largement marquée par une amélioration notable des outils de mesure de la performance du site dans son ensemble et par des stratégies promotionnelles ayant atteint, voire dépassé, nos objectifs.

En résumé, du 1^{er} avril 2019 au 31 mars 2020, le site de la SMQ a reçu plus de 261 000 visites (+18 % par rapport à l'année précédente), plus précisément :

- plus de 78 000 visites (+82 %) pour Les musées du Québec dont la page la plus consultée a été celle de destination pour les familles;
- plus de 150 000 visites (+30 %) pour l'Espace professionnel dont la page la plus consultée reste celle des offres d'emploi.

L'ESPACE PROFESSIONNEL

Canal privilégié pour diffuser l'information stratégique sur les actualités et les enjeux du secteur muséal, l'Espace professionnel a joué un rôle crucial – et largement reconnu dans le milieu culturel – tout au long de la crise découlant de la pandémie de COVID-19. Ainsi, une section spéciale y a été créée. Continuellement mise à jour, elle regroupe les informations pertinentes pour le milieu muséal ainsi que les pictogrammes réalisés par la SMQ, les informations pour la commande de protecteurs faciaux conformes aux normes à un tarif préférentiel ainsi que les liens directs vers toutes les ressources pertinentes.

LES MUSÉES DU QUÉBEC

Pour sa part, le portail Les musées du Québec a connu une performance enviable, notamment grâce à des campagnes promotionnelles efficaces validées par les experts Frédéric Gonzalo et Myriam Jessier, engagés dans le cadre du projet financé en partie par le gouvernement du Canada (voir p. 16). Ainsi, le nombre de visites dans le *Guide des musées* s'est accru de près de 40 % par rapport à l'année précédente.

Dans le contexte de la pandémie, notre portail a également joué un rôle très important en valorisant les expériences et les expositions virtuelles de nos membres. Si dès le lancement du site une section avait été prévue sous le titre « Expériences numériques », le contexte de crise nous a amenés à la retravailler, notamment en révisant la hiérarchie de contenus et en ajoutant un texte d'introduction pensé en fonction du SEO et surtout en la renommant « Visites et expériences virtuelles ». Plus de 60 propositions virtuelles conçues par les musées du Québec ont ainsi été ajoutées.

Cette année, les chroniques musées ont été signées par le tandem Lise Benoit, rédactrice, et Claude Benoit, muséologue, par Nathalie Lampron, rédactrice et muséologue, ainsi que par Nora Charifi, notre chargée de communication. La diversité de l'offre muséale était encore à l'honneur comme en témoignent les thématiques proposées :

1. Quand l'esprit des lieux habite l'œuvre : les maisons d'artistes (mai)
2. Trois idées de sorties inoubliables à faire en famille durant l'été (juin)
3. Roche-papier-ciseaux... allumette. Jouer à découvrir les musées du Québec en famille! (juillet)
4. Ces musées qui se visitent en famille à petit prix (août)
5. À l'école des curieux de la vie : les sorties scolaires dans les musées (septembre)
6. Halloween 2019 : une foule d'activités épeurantes dans les musées! (octobre)
7. Mémoire et souvenirs au musée : l'humain au cœur de l'histoire (novembre)
8. La relâche au musée : le plaisir de jouer ensemble (février)

À lire en ligne et à partager sans modération.

LES INFOLETTRES DE LA SMQ

Bien implantées dans nos habitudes communicationnelles, nos infolettres suivent le rythme de l'actualité et signalent les nouveaux contenus tant pour l'Espace professionnel que pour Les musées du Québec et sa version anglaise. Avec un taux d'ouverture moyen oscillant autour de 45 %, elles permettent également de promouvoir la publication d'information stratégique pour le secteur ainsi que la richesse de notre offre de formations. Il va sans dire que le printemps totalement atypique que nous avons vécu a considérablement augmenté le volume d'envoi.

LA PAGE FACEBOOK

Relais de l'offre muséale au Québec auprès d'un large public, notre page Les musées du Québec comptait, au 31 mars 2020, 3 916 mentions « J'aime » (+ 800 nouveaux « J'aime » depuis le 1^{er} avril 2019) et 3 955 abonnés.

Du côté des publications organiques, il y en a eu 317 avec une moyenne de 697 personnes touchées et 19 clics par publication. La publication la plus vue – soit celle parlant des expositions de l'automne du Musée d'art de Joliette – a touché 3 300 personnes et généré 67 clics. La publication la plus cliquée est une entrevue de notre directeur général, Stéphane Chagnon, accordée dans le cadre du colloque portant l'humain au centre des actions muséales. En tout, 138 institutions membres de la SMQ ont été mises de l'avant sur la page Les musées du Québec.

Du côté des 10 publications commanditées, elles ont touché en moyenne 11 900 personnes et reçu une moyenne de 661 clics par publication. La plus vue – soit celle sur la semaine de relâche « Ces musées qui se visitent en famille à petit prix » – a touché 20 900 personnes et généré 2 100 clics.

LE COMPTE TWITTER

Par l'entremise de ce relais de l'information professionnelle et de l'actualité du milieu muséal, nous avons émis 273 gazouillis entre le 1^{er} avril 2019 et le 31 mars 2020. Ceux-ci ont généré 46 000 impressions.

CAMPAGNES PROMOTIONNELLES

ÉTÉ 2019



Essentiellement numérique, la campagne « Les musées du Québec. Des émotions à partager » visait le public des familles durant l'été. À l'issue d'un exercice de remue-méninges avec des membres du GIP, il a été décidé de miser sur les émotions que suscite une visite au musée en famille. Comme un clin d'œil à un mode de communication généralisé avec l'usage des médias sociaux, 5 emojis bien connus ont été utilisés pour regrouper des expériences muséales générant des émotions différentes. Les activités proposées par nos membres se voyaient ainsi associées à une émotion :



Du 15 juin au 2 septembre, la SMQ a mis l'accent sur l'offre familiale de 145 musées répartis aux quatre coins du Québec, facilement repérables dans le Guide des musées grâce au pictogramme « En famille ». Principal support de la campagne, la [page de destination « Famille »](#) déclinée en 5 propositions visuelles différentes est devenue la page la plus visitée du site pendant l'été et la 3^e page la plus visitée du site au complet (Espace professionnel compris).

Avec la mise en place d'une stratégie de mots-clés efficace et de quatre campagnes Google Ads, soutenues par le programme AdGrants, l'achat de mots-clés a été le canal publicitaire le plus efficace. Ainsi, 81 % du trafic vers la page de destination a été généré par des publicités Google Ads, Facebook et dans les médias traditionnels. Quant aux publicités numériques parues dans *Le Devoir*, les 6 quotidiens du Groupe Capitales Médias et *La Presse*, elles ont principalement contribué au rayonnement de la campagne.

Comme mentionné précédemment, la SMQ est très fière d'avoir remporté le Prix Excellence 2020 de l'Association des musées canadiens pour cette brillante campagne promotionnelle doublée d'une série d'actions de développement professionnel en matière de webmarketing adapté à la réalité des institutions muséales.

Bravo à la très vaillante équipe des communications de la SMQ ainsi qu'aux firmes Bertuch, pour la conception graphique, et Toumoro, pour la réalisation technique!

Il est possible de consulter le [bilan de la campagne estivale en ligne](#).



Entièrement numérique, la campagne visant à promouvoir l'offre muséale de la relâche 2020 a permis de consolider les acquis de celle de l'été. Ancrée sur la même page de destination (musees.qc.ca/famille), mais avec un nouveau visuel et de nouveaux contenus, elle s'est étalée du 7 février au 8 mars 2020. Elle a valorisé 34 activités familiales dans 31 institutions partout au Québec. L'offre muséale pour la semaine de relâche a aussi fait l'objet de 22 publications organiques sur Facebook.

La page « Famille » a été la plus visitée du site durant la période de promotion, avec une augmentation de 22 % de visiteurs, dont 10 % y sont revenus. La page se hisse également à la 2^e place des pages les plus visitées du site (Espace professionnel compris).

Si 94 % du trafic vers la page de destination a été généré par des investissements publicitaires (Google Ads, Facebook et mamanpoulavie.com), une nette amélioration des performances SEO est digne de mention. La page « Famille » sort effectivement en tête des résultats de recherche pour « musée famille » et « relâche 2020 musées ».

Malgré un démarrage timide, le mot-clic #museefamille lancé dans le cadre de la campagne estivale de 2019 compte désormais plus de 300 occurrences et est utilisé par une vingtaine de musées québécois.

Consulter le [bilan de la campagne en ligne](#).

L'HUMAIN AU CENTRE DES ACTIONS MUSÉALES

C'est à Rimouski, dans le décor majestueux du Saint-Laurent paré de ses couleurs automnales, que s'est déroulé, du 1^{er} au 3 octobre, le colloque annuel de la SMQ avec une participation de plus de 200 personnes. Commissarié par Andrea Hauenschild, il a réuni 18 intervenant.e.s en 4 tables rondes et des séances pour le partage de 12 expériences spécifiques, le tout animé par la journaliste Diane Martin. En guise de clôture, une séance d'idéation interactive a été animée par la codirectrice de Culture Bas-Saint-Laurent, Dominique Lapointe.

Cet événement s'est avéré un véritable lieu de partage et de réflexion collective sur les enjeux de l'heure et les défis que pose la place de l'être humain dans l'ensemble des actions muséales. Le sondage de satisfaction envoyé à la fin du colloque révèle que 95 % des répondant.e.s sont, de façon générale, satisfait.e.s ou très satisfait.e.s et considèrent que leur participation leur a permis de parfaire leurs connaissances ou pratiques professionnelles.

Cette année, le mot-clic #SMQ2019 a été utilisé 65 fois pendant le colloque et 22 fois immédiatement avant et après celui-ci. Il a généré 106 gazouillis de la SMQ, plus de 30 K impressions, 68 regazouillis, 16 nouveaux abonnés et un taux d'engagement de 2 %.

Le fait d'aller en région éloignée des grands centres nous a donné l'idée d'exploiter les fonctionnalités de Facebook d'une part pour faire (re) découvrir les musées sur la route de Rimouski. Ceux-ci ont d'ailleurs ouvert généreusement leurs portes aux congressistes à l'aller et au retour. Ainsi, du 24 septembre au 4 octobre, l'offre de 11 membres de la SMQ situés entre Québec et Pointe-au-Père a été mise de l'avant dans des publications ayant eu une portée supérieure à la moyenne annuelle (632 vues contre 563), en plus de susciter des dizaines d'interactions et de clics. Nous avons également noté un pic d'abonnements à la page Facebook les 2 et 3 octobre.

D'autre part, nous avons créé un groupe Facebook de covoiturage encourageant le transport responsable et le réseautage. Quelque 40 membres se sont joints à ce groupe et une douzaine de trajets collectifs ont pu se négocier.

En outre, la tenue du colloque à Rimouski a attiré l'attention de deux journalistes de Radio-Canada (Éric Gagnon et Nadia Ross) qui ont fait des entrevues avec le directeur général de la SMQ.

Enfin, nous avons réalisé un compte-rendu disponible en formats HTML et PDF dans [notre site Web](#) au bénéfice de la communauté muséale.

Pour la réalisation de cet événement, la SMQ remercie le gouvernement du Canada 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 aux musées qui ont ouvert leurs portes à l'occasion de ce congrès annuel :

- Musée maritime du Québec à L'Islet
- Musée de la mémoire vivante à Saint-Jean-Port-Joli
- Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation à La Pocatière
- Maison Chapais à Saint-Denis
- Centre d'art de Kamouraska
- Musée du Bas-Saint-Laurent à Rivière-du-Loup
- Musée régional de Rimouski
- Site historique de la maison Lamontagne à Rimouski
- Site historique maritime de Pointe-au-Père

COMITÉ DE CONTENU

Jennifer Carter,
Université du Québec à Montréal

Julie Guinard,
Musée canadien de l'histoire

Andrea Hauenschild,
consultante et commissaire

Étienne Laurence,
Biodôme – Espace pour la vie

Jean-François Leclerc,
consultant en muséologie

Marie-Ève Lord,
Musée de la mémoire vivante

Francine Périnet,
Musée régional de Rimouski

Hélène Samson,
Musée McCord

SMQ

Stéphane Chagnon,
directeur général

Katia Macias-Valadez,
directrice, Communications
et Infomuse

22 RECONNAISSANCE DE L'EXCELLENCE

LES PRIX DE LA SMQ 2019

Annuellement, la SMQ décerne 8 prix qui visent à reconnaître, à stimuler et à récompenser l'excellence de la pratique muséale au Québec : 1 Prix Carrière, 1 Prix Relève, 5 Prix Excellence et 1 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

COMITÉ DES PRIX 2019

Présidente :

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

Karine Gaucher,
La Guilde

Josée Laurence,
Musée du Monastère des Augustines

Geneviève Murray,
consultante en gestion
de projets culturels

Christelle Renoux,
Musée d'art contemporain
des Laurentides

Sylvie Tousignant,
Espace pour la vie

UN OBJET DESIGN DE L'ATELIER NON-USELESS

S'inspirant du logo de la SMQ, l'atelier Non-Useless de Montréal a conçu le trophée remis aux lauréat.e.s depuis 2016. Avec la lettre M pour musées qui s'imbrique dans la lettre Q, pour Québec, cet objet « design » se veut à l'image de la SMQ et du réseau muséal québécois. Il a été réalisé par le tourneur Éric Dumais, pour le cylindre en merisier, avec la collaboration du sculpteur Pierre Fournier, pour le M en acier inoxydable.

LAURÉAT.E.S 2019

Fidèle à la tradition, la SMQ a remis ses prix dans le contexte festif de la soirée qui s'est tenue à l'Hôtel Rimouski, le mercredi 2 octobre.

PRIX CARRIÈRE

Michel Perron – à titre posthume

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 1

Maison Merry. Lieu de mémoire citoyen de Magog

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 2

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

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 3

Musée de la civilisation

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 4

Centre d'exposition de Val-d'Or

PRIX EXCELLENCE – CATÉGORIE 5

Musée des Ursulines de Trois-Rivières

PRIX TÉLÉ-QUÉBEC – COUP DE CŒUR DU JURY

Centre des sciences de Montréal

La présentation détaillée des lauréates et lauréats est [disponible en ligne](#).

24 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 2020 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 2020.

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.

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 16 juillet 2020.

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. ¹

Montréal, Canada
Le 21 août 2020

SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC

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

Exercice clos le 31 mars 2020

	2020	2019
Revenus		
Subventions		
Ministère de la Culture et des Communications:		
Aide au fonctionnement	311 500 \$	311 500 \$
Agente de développement numérique	47 000	—
Aide aux projets – Accueil:		
Plan culturel numérique : Mesure 15	—	75 000
Plan culturel numérique : Mesure 24	—	49 750
Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale:		
Emploi-Québec	62 738	55 675
Ministère du Tourisme:		
Entente de partenariat 2016-2020	133 887	116 721
Ministère du Patrimoine canadien:		
Initiatives stratégiques du Fonds du Canada pour l'investissement en culture	111 662	—
Programme d'aide aux musées:		
Gestion des collections	50 000	50 000
Accord Canada – France	—	2 881
	716 787	661 527
Autres revenus		
Revenus autonomes	316 348	316 016
Projets spéciaux	55 000	55 000
	371 348	371 016
	1 088 135	1 032 543

	2020	2019
Frais d'exploitation		
Salaires et charges sociales	543 502 \$	487 461 \$
Formation des employés	1 143	1 622
Déplacements	13 898	12 242
Loyer	23 188	13 835
Honoraires et sous-traitants	26 770	24 737
Télécommunications	11 197	9 232
Dépenses de bureau	9 473	16 026
Assurances	2 698	2 643
Adhésions	5 126	4 503
Publications et envois	745	3 305
Publicités et promotion - SMQ	8 530	14 480
Congrès	114 833	160 108
Activités de formation	27 378	37 134
Entretien informatique	15 677	17 587
Frais bancaires	4 691	5 028
Frais de relocalisation	—	4 542
Amortissement des immobilisations corporelles	5 171	3 704
Projets spéciaux	227 358	170 523
	1 041 378	988 712
Surplus des revenus sur les dépenses avant autres dépenses	46 757	43 831
Dépenses assumées par les actifs nets grevés d'affectation d'origine interne		
Mise à niveau du logiciel de gestion des relations avec les membres (CRM)	(40 000)	—
Portail Infomuse	(3 424)	—
	(43 424)	—
Surplus des revenus sur les dépenses	3 333	43 831
Solde de l'actif net au début	211 114	167 283
Solde de l'actif net à la fin	214 447 \$	211 114 \$
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
Portail Infomuse	6 576	10 000
Investis en immobilisations corporelles	20 039	24 111
Non affectés	80 332	29 503
Total	214 447 \$	211 114 \$

SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC

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

31 mars 2020

	31 mars 2020	31 mars 2019
Actif		
Court terme :		
Encaisse	1 361 143 \$	14 800 \$
Certificats de placement	300 000	300 000
Comptes clients et autres créances	22 108	24 838
Subventions à recevoir	38 250	38 118
Frais payés d'avance	12 838	12 349
	<hr/>	<hr/>
	1 734 339	390 105
Immobilisations corporelles	20 039	24 111
	<hr/>	<hr/>
	1 754 378 \$	414 216 \$
	<hr/>	<hr/>
Passif et actifs nets		
Court terme :		
Créditeurs	78 241 \$	88 102 \$
Apports reportés	1 460 490	115 000
Revenus reportés	1 200	—
	<hr/>	<hr/>
	1 539 931	203 102
Actifs nets :		
Grevés d'affectation d'origine interne	114 076	157 500
Investis en immobilisations corporelles	20 039	24 111
Non affectés	80 332	29 503
	<hr/>	<hr/>
	214 447	211 114
	<hr/>	<hr/>
	1 754 378 \$	414 216 \$
	<hr/>	<hr/>

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 2020.

La SMQ remercie les organismes et les ministères suivants pour leur soutien durant l'exercice 2019-2020:

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

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

GOUVERNEMENT DU CANADA

Ministère du Patrimoine canadien :
Fonds du Canada pour
l'investissement en culture ;
Programme d'aide aux musées

PARTENAIRES ET COLLABORATEURS

Association des journalistes
indépendants du Québec
Association des musées canadiens
Association québécoise des
éducatrices et éducateurs spécialisés
en arts plastiques
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,
comité sectoriel de main-d'œuvre
en culture
Fédération professionnelle
des journalistes du Québec
Institut canadien de conservation
Institut du patrimoine de
l'Université du Québec à Montréal
Kéroul
L'Aparté

Lussier Dale Parizeau
Musée des beaux-arts de Montréal
Musées et Société en Wallonie
Observatoire de la culture et
des communications du Québec
Office de Coopération et
d'Information Muséales (OCIM)
PACART Québec inc.
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
Tourisme Autochtone Québec
Université du Québec à Montréal