

INSPIRANT

RÉTROSPECTIVE DE 2013-2014



Réflexions sur 2013-2014 : Une autre année formidable dans les domaines de la recherche, des collections, de l'engagement et de l'impact.

- Cette dernière année a été remplie de nouvelles approches à l'inspiration par la nature avec d'excellents résultats, beaucoup de leçons et de l'enthousiasme pour plus d'expérimentation.
- **Nature Nocturne a déjà attiré plus de 16 000 jeunes professionnels** qui cherchaient une expérience engageante et divertissante. Notre deuxième saison crée déjà du bouche-à-oreille dans la région de la capitale nationale et suscite des appels d'autres musées qui cherchent à reproduire le programme dans leur ville.
- **Attirer les adultes sophistiqués** avec l'art naturaliste était une priorité pour un certain nombre d'expositions spéciales de cette dernière année. Le point culminant était *Edward Burtynsky : Pétrole* qui a attiré des milliers de nouveaux visiteurs au Musée et a modifié le profil démographique des visiteurs. La programmation ARTnature reviendra chaque année pour assurer que nous maintenons un programme qui attire et engage les adultes.
- Nous avons lancé en janvier les webémissions **PARLONSnature** durant lesquelles nos chercheurs répondent aux questions des célèbres animateurs Ivan Semeniuk et Fabienne l'Abbé. De la dé-extinction à l'intelligence végétale, ces entretiens ont fourni un dialogue et un débat vigoureux sur des sujets pertinents à l'actualité et à l'avenir.
- **La préparation de fossiles dans la galerie** est un programme de fin de semaine pour les adultes et les enfants qui est la suite logique de *Dino Académie*. Après avoir sélectionné un fossile plâtré, nous avons dû le préparer et l'extraire de la pierre dans laquelle il était incrusté. Nous avons décidé d'accomplir cette opération devant le public dans notre galerie de fossiles de l'Édifice Commémoratif Victoria (ÉCV).
- La célébration du **100^e anniversaire de la première galerie de fossiles du Canada** était le thème de la réception du président du Conseil de cette année et elle a obtenu un franc succès auprès de nos donateurs, commanditaires, mécènes et invités de marque. Cet anniversaire a été l'occasion de raconter l'histoire de la recherche de fossiles au Musée et de partager les plus récentes découvertes de fossiles de la saison d'exploration de cette année.



- **Le montage de spécimens de botanique** à l'ÉCV a été présenté périodiquement tout au long de l'année et s'est avéré être une expérience d'engagement et un mécanisme pour attirer de nouveaux bénévoles pour notre projet de montage de collection de botanique.
 - Le retour des journées **portes ouvertes du Campus du patrimoine naturel** a été un succès auprès des visiteurs de la région de la capitale nationale. Nous avons reçu, à notre campus de la recherche et des collections, plus de 3 600 visiteurs qui ont interagi avec nos conservateurs, chercheurs, experts des collections, responsables de la programmation et de nombreuses autres personnes impliquées dans l'engagement de notre communauté. Des plans sont déjà en cours pour la prochaine journée portes ouvertes.
 - **Les événements sur le thème de l'Arctique** cette année se sont avérés une source d'inspiration pour nos visiteurs et nos nouveaux collaborateurs. Notre festival d'avril a impliqué le personnel de la programmation, de la recherche et des collections, nos partenaires voyages d'Aventure Canada, nos partenaires éducation de *Students on Ice*, nos partenaires cinéma de l'Office national du film, nos partenaires musique du Centre national des Arts et nos partenaires Inuits, Inuit Tapiriit Kanatami (ITK). Le thème de notre Festival de l'Arctique de l'année prochaine est *Les saveurs de l'Arctique* et fournit une occasion d'attirer encore plus de collaborateurs pour cet événement annuel qui fait partie de notre initiative Arctique 2017.
 - Toujours sur le thème de l'Arctique, nous avons collaboré avec Science Nord pour créer une exposition itinérante majeure intitulée **Les voix de l'Arctique** qui a ouvert ses portes à Sudbury en mars 2014 et qui sera présentée à Ottawa en décembre 2014. Cette exposition est un élément majeur de notre initiative Arctique 2017.
 - Et enfin, un autre nouveau programme lancé cette année est le **Centre d'inspiration par la nature (CIN)** logé dans notre ancienne Zone de découvertes. Ce centre servira à générer des idées axées sur de nouvelles approches pour inspirer les connexions avec la nature et son exploration. Le CIN concentrera ses premiers efforts sur la programmation pour adultes dans le marché des entreprises, génération de revenus, les programmes pour enfants et les conceptions de pointe pour notre galerie arctique à venir.
 - Nous sommes très chanceux d'avoir une équipe de **gens passionnés et déterminés à accomplir notre mission**. Leur **curiosité, leur courage et leur créativité** ont fait du Musée canadien de la nature un endroit encore plus inspirant où travailler, visiter et collaborer.
 - Nos **226 bénévoles, y compris notre Conseil d'administration de 11 membres** ont consacré des centaines d'heures à notre Musée, améliorant notre capacité à créer, promouvoir et partager les connaissances sur le monde naturel.
- Merci** de votre appui. Ensemble, nous pouvons continuer d'inspirer la compréhension et le respect de la nature pour un Canada meilleur.

74

publications
à comité de
lecture

2,1 millions

millions de
téléchargements/
consultations de
données sur les
collections

1,4 million

de visiteurs
des expositions
itinérantes

360

collaborateurs dans
110 villes du monde

90 %

des visiteurs
inspirés à
s'instruire sur la
nature

880 000

visiteurs des musées
de la capitale
nationale

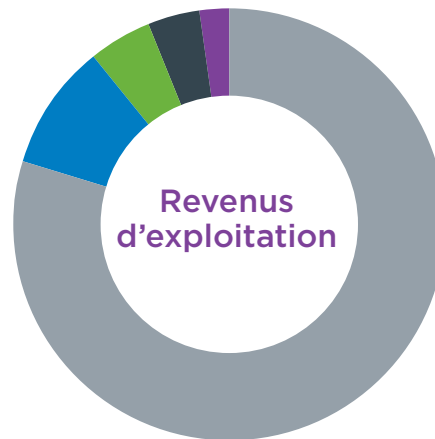
3 millions

de dollars en
promesses, en
argent et en nature

12

espèces
découvertes ou
classifiées

statistiques en un coup d'oeil



■ Subventions gouvernementales	26,1 millions de dollars
■ Droits d'entrée et frais des programmes	3,1 millions de dollars
■ Activités auxiliaires	1,5 million de dollars
■ Contributions	1,3 million de dollars
■ Autres revenus	0,65 million de dollars



■ Inspiration et engagement	7,5 millions de dollars
■ Entretien et accès aux collections	2,4 millions de dollars
■ Recherche et découverte	4,3 millions de dollars
■ Services internes	6,5 millions de dollars
■ Immeubles et terrains	11,3 millions de dollars

message du président du conseil



Stephen Henley
Président, Conseil d'administration

Il s'agit de ma première année en tant que président du Conseil de cet établissement scientifique national – établissement qui gère un trésor de plus de 10 millions de spécimens, un programme de recherche de renommée internationale et des programmes d'éducation et de sensibilisation sur le thème de la nature destinés à tous les Canadiens.

Ces fondements – recherche, collections et engagement du public – sous-tendent les activités essentielles du Musée, dont les origines remontent à plus de 150 ans. Mais nous vivons dans un monde de changements : changements de notre environnement naturel, changements de la technologie qui nous mettent au défi de rester utiles socialement dans un monde branché, et changements dans le cadre financier à l'intérieur duquel le Musée exerce son activité. Dans ce contexte, le nouveau Plan stratégique, lancé en 2013-2014, guidera les priorités en mettant l'accent sur les points forts du Musée, tout en augmentant sa capacité d'accroître son importance au Canada et à l'échelle mondiale.

La collection d'histoire naturelle constituée par le Musée, ainsi que ses recherches basées sur ces mêmes collections, sont utilisées pour des applications de plus en plus importantes, dont la gestion de l'environnement. Le lancement du *portail des collections* en mars 2014 marque une étape importante dans la diffusion de ces informations. Cette initiative permet de mettre les connaissances stockées avec ces collections à la disposition de toute personne ayant un intérêt scientifique pertinent.

Pour occuper une place au premier rang au niveau international, il est devenu primordial que le Musée adopte une démarche entrepreneuriale et gagne le soutien des philanthropes pour apporter un complément à son financement annuel. Les dons, ainsi que des collaborations et des partenariats ciblés, permettent au Musée de développer et d'élargir les programmes de recherche et de collections tels que ceux de ses nouveaux centres d'excellence : *Connaissance et exploration de l'Arctique* et *Découverte et étude des espèces*. Grâce à cet appui, le Musée peut également monter de nouvelles expositions et des programmes de sensibilisation à la nature qui lui permettront de devenir, avec ses partenaires, le représentant de la nature au Canada.

C'est pour gagner de tels appuis que le Musée a créé en 2013 un Conseil national de la nature (CNN) qui encourage les Canadiens influents à jouer un rôle dans l'avenir du Musée et dans sa capacité à servir le Canada. Ian Pierce, ancien PDG de Xstrata Nickel et maintenant président de X2 Resources, a accepté de présider le Conseil national de la nature. Les membres de ce conseil contribueront à trouver des appuis financiers aux recherches ainsi qu'aux programmes scolaires et communautaires du Musée. Tenue à Calgary, une première réunion de sensibilisation a permis de gagner le soutien des entreprises. Nous espérons reproduire ce modèle dans l'année à venir avec des sessions similaires à Montréal et à Toronto.

Parmi les succès du Musée qui pourraient bénéficier de ce soutien, on compte son programme d'expositions itinérantes, qui a marqué son 40^e anniversaire en 2013. Durant ces 40 ans, plus de 12 millions de visiteurs de musées, centres de sciences, bibliothèques et autres lieux publics à travers le Canada ont bénéficié de l'expertise du Musée dans la conception d'expositions sur le thème de la nature. Ce succès démontre le type d'impact que peut avoir le Musée.

Le Conseil d'administration comprend des représentants de partout au Canada, qui assurent la gouvernance et la supervision, et servent d'ambassadeurs pour promouvoir le bon travail du Musée. Personnellement, j'ai été très heureux de convoquer l'assemblée publique annuelle du Musée cette année dans ma ville natale de St. John's (Terre-Neuve). Alors que le Canada s'apprête à célébrer son 150^e anniversaire en 2017, je suis impatient de guider le Conseil pour veiller à ce que le Musée canadien de la nature demeure une source de fierté pour tous les Canadiens, d'un océan à l'autre.

message de la présidente-directrice générale



Margaret Beckel
Présidente-directrice générale

Le Musée canadien de la nature a été fondé pour accomplir le mandat d'inspirer le respect et la compréhension du monde naturel. Ces principes directeurs sont aussi valables aujourd'hui qu'ils l'étaient il y a 100 ans, quand les scientifiques et les conservateurs du Musée ont commencé à repousser les limites de nos connaissances sur la biodiversité et la géodiversité du Canada. Nous avons célébré deux centenaires importants en 2013 : celui de la première galerie de fossiles au pays, riche de nombreux spécimens prélevés dans les badlands de l'Alberta, et celui de la première expédition canadienne dans l'Arctique, qui a fait reconnaître le Canada comme pays nordique. Ces événements historiques reflètent la même volonté de créer et de partager des connaissances, volonté qui anime encore et toujours le Musée.

Si notre objectif est resté le même, le monde lui n'a pas cessé d'évoluer. En conséquence, le Musée a redéfini ses priorités dans un nouveau Plan stratégique qui s'appuie sur ses atouts en matière de recherche, de gestion des collections et d'engagement du public.

En 2013-2014, le Musée a renforcé sa position en tant que référence sur le monde naturel en livrant des constatations probantes et en faisant vivre des expériences inspirantes à ses visiteurs pour promouvoir un véritable engagement avec le passé, le présent et l'avenir de la nature. Les faits saillants des réalisations du Musée sont alignés avec les cinq priorités définies par ce Plan stratégique : Arctique, découverte d'espèces, inspiration par la nature, campus d'excellence et entreprise durable.

Centre de connaissance et d'exploration de l'Arctique

Les modifications qu'a subies l'environnement de l'Arctique canadien représentent un des plus importants événements d'histoire naturelle de notre époque. Fidèle à l'héritage de l'Expédition canadienne dans l'Arctique, le Musée canadien de la nature continue de se tailler une place au rôle de chef de file dans l'étude et l'exploration de l'Arctique par des entreprises scientifiques ainsi qu'en matière de sensibilisation du public.

En avril 2013, le Musée a présenté son premier Festival de l'Arctique offrant des activités culturelles, éducatives et scientifiques sur le nord du Canada. Nous avons également monté une exposition unique de photos, *Radiographies des poissons arctiques*, qui a ouvert ses portes en janvier et se fonde sur des spécimens de notre collection. Et comme tremplin pour une galerie permanente de l'Arctique qui sera dévoilée lors du 150^e anniversaire du Canada en 2017, le Musée a collaboré avec Science Nord, de Sudbury (Ontario) pour lancer *Voix de l'Arctique*. Nous sommes impatients de recevoir cette exposition itinérante à notre Musée en 2014 avant sa tournée en Amérique du Nord.

Le Musée a également partagé son expertise de l'Arctique grâce à un nouveau site Web éducatif, expeditionarctic.ca, réalisé en partenariat avec *Students on Ice* et le Musée virtuel du Canada. Cette exposition en ligne relate le périple de quatre scientifiques du Musée qui ont participé à l'expédition de 2012 de *Students on Ice*. Elle propose des instantanés de 28 animaux, plantes et fossiles emblématiques de l'Arctique, puisés dans les collections du Musée.



Centre de découverte et d'étude des espèces

En 2013-2014, le Musée a poursuivi ses collectes de spécimens et ses études en laboratoire pour identifier des espèces et partager son expertise dans les domaines de la paléobiologie, de la zoologie, de la botanique et de la minéralogie. Nos experts ont diffusé leurs connaissances par le truchement de 74 publications scientifiques, qui comprenaient la description d'un nouveau groupe de reptiles marins anciens, l'identification d'un centre de diversité dans l'Arctique canadien et des études sur la diversité de la moule. Le lancement en mars 2014 d'une base de données scientifiques gratuite donnant accès à plus de 710 000 fiches de spécimens de nos collections a représenté une réalisation majeure. Cette initiative ouvre les arrières-boutiques du Musée au monde, en permettant aux chercheurs de choisir les données qu'ils souhaitent obtenir. Pour faciliter davantage la découverte d'espèces, le Musée a également tracé des plans pour agrandir son laboratoire génétique, un espace de recherche essentiel qui accroît sa capacité à définir les espèces et leurs interrelations.

Initiatives de Campus du patrimoine naturel

Notre Campus du patrimoine naturel (CPN) de Gatineau (Québec) conserve depuis 16 ans 10,5 millions de spécimens de plantes, d'animaux, de fossiles et de minéraux. Cette installation assure la protection nécessaire à la gestion de ses collections de référence et sert de quartier général des recherches du Musée. Nous croyons que les histoires liées à ces collections méritent d'être diffusées plus largement. Nous avons donc ouvert nos portes en octobre à plus de 3 600 personnes qui ont parcouru nos salles de conservation et laboratoires tout en discutant avec nos experts. Cette journée portes ouvertes deviendra un événement annuel. Le Musée cherche également à attirer et héberger des collections distinctives provenant de sources publiques et privées. En 2013-2014, le CPN a accueilli la collection de monnaies de la Banque du Canada, démenagée temporairement à l'occasion des travaux de rénovation pluriannuels de la Banque, ainsi que la récente collection anthropologique et paléontologique du gouvernement du Nunavut.

Centre d'inspiration et d'engagement sur la nature

Cette nouvelle initiative va de l'avant progressivement. Il s'agit d'aménager dans l'édifice public du Musée un lieu où l'on peut mettre à l'essai de nouvelles expériences parmi les visiteurs et d'autres publics. Ce lieu sert à monter des expositions itinérantes et à créer des programmes éducatifs novateurs – tant sur place, qu'en ligne. Des programmes réussis et novateurs tels que *Nature Nocturne* (soirées mensuelles pour les adultes, avec de la musique, des œuvres d'art et une nouvelle façon de voir nos galeries) ont suivi cette voie et se poursuivront dans l'année à venir. Nous avons également lancé *PARLONSnature*, une série novatrice de vidéos et de conférences mettant en vedette des experts du Musée. Ce programme est l'un des fruits des activités du Centre d'inspiration par la nature. Il témoigne une fois de plus des efforts du Musée pour diversifier son public.



Devenir une entreprise durable

Il y a deux ans, le Musée a adopté un modèle opérationnel d'entreprise. Ce modèle se traduit par une concentration accrue sur les activités génératrices de revenus, la création concertée de contenus, et le développement des publics et des marchés. En 2013-2014, 379 647 personnes ont visité le Musée, ce qui représente une augmentation de 2 % par rapport à l'exercice précédent, et ce, malgré un ralentissement généralisé dans la région de la capitale nationale.

Pour augmenter la fréquentation et attirer de nouveaux publics, le Musée accueille de grandes expositions de classe mondiale. Commanditée par la Financière Sun Life, l'exposition *Edward Burtynsky : Pétrole*, présentant 56 agrandissements géants de ce photographe canadien de renommée internationale, a fait réfléchir les visiteurs sur l'utilisation des ressources naturelles. *Agricultrices, guerrières, et bâtisseuses : la vie secrète des fourmis* – une exposition de photos géantes de Mark W. Moffet et de la Smithsonian Institution – a été parrainée localement par Orkin Canada. Et à l'automne, les visiteurs ont salué le retour de *Des grenouilles hautes en couleur*, exposition montée par le Reptiland de Clyde Peeling en Pennsylvanie. Ces expositions ont été promues par des publicités audacieuses et imaginatives dans les médias traditionnels ainsi que dans les médias sociaux.

Accroître la présence du Musée dans le secteur du tourisme de la région de la capitale nationale est devenu une grande priorité en 2013-2014. Les partenariats avec des agences de tourisme telles que Tourisme Ottawa et la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique ont été renforcés. En outre, les visites de groupes sont en croissance, grâce à notre participation à des salons internationaux (RDV Canada, National Tour Association), à nos visites de familiarisation et à l'entretien des relations avec les clients potentiels.

Fidèle à ses cinq priorités stratégiques, le Musée a accentué sa présence et son leadership au niveau international. Le Musée continue d'accueillir le Secrétariat canadien de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), et son représentant participe à la *Global Biodiversity Information Facility* (GBIF). Notre initiative d'accès en ligne aux collections contribue à procurer une abondance de données libres et gratuites du GBIF. Comme présidente du Conseil de l'Arctique en 2013, j'ai eu le plaisir de diriger le lancement et les premières étapes de planification de l'*Alliance des musées d'histoire naturelle de l'Arctique*. Ce réseau tentera d'établir des collaborations avec les musées nationaux d'histoire naturelle des pays circumpolaires et il accentuera sa présence en 2014.

En plus de toutes ses réalisations du dernier exercice, le Musée canadien de la nature prend des mesures pour devenir un chef de file national et une référence mondiale dans la promotion et le partage de connaissances sur la nature. Un cadre de gestion du rendement rigoureux, élaboré en collaboration avec notre Vérificateur interne, permettra d'évaluer ces initiatives alors que nous mettons en œuvre notre nouveau plan stratégique. Je me réjouis déjà à l'idée, dans les années à venir, d'inspirer plus de Canadiens et un public international toujours plus large afin de promouvoir l'interaction et la connexion avec le monde naturel grâce au Musée canadien de la nature.



BILAN DE L'EXERCICE

Des progrès ont été accomplis en vue de poser les bases d'un nouveau plan stratégique quinquennal qui s'appuie sur nos impératifs opérationnels stratégiques : la connaissance et la découverte, l'inspiration et l'éducation, la présence, la performance et l'avancement.





connaissance et découverte

Formuler des approches novatrices en création, en avancement et en partage des connaissances, appuyées sur la recherche et les collections, qui font mieux connaître l'environnement naturel du Canada.

Plusieurs avancées importantes ont été accomplies pour promouvoir, souligner et faire progresser le leadership scientifique, la connaissance et l'expertise du Musée dans les domaines de la découverte d'espèces et des recherches dans l'Arctique. Les programmes de recherche en botanique, minéralogie, paléobiologie et zoologie ont créé de nouvelles connaissances qui ont été partagées avec la communauté scientifique et à travers de nombreux forums avec le grand public.

Le Musée a continué de promouvoir la planification de ses centres d'excellence en recherche, le *Centre de connaissance et d'exploration de l'Arctique* (CCEA) et le *Centre de découverte et d'étude des espèces* (CDEE). Le Musée continue de démontrer son excellence dans les recherches sur l'Arctique. Ce travail basé sur la collection comprenait deux parties sur le terrain dans le Haut-Arctique pour accroître notre compréhension des environnements terrestres et marins. Les experts du Musée ont continué de mener le projet *Flore de l'Arctique canadien et de l'Alaska* à travers l'analyse et le traitement de milliers de spécimens de plantes et dans la coordination des campagnes d'exploration à venir. Une exposition artistique à l'Édifice commémoratif Victoria a montré une partie de leur travail. Avec le soutien du conseiller spécial Peter Harrison, le CCEA a poursuivi la réalisation d'un programme complet, y compris la coproduction d'une exposition itinérante avec Science Nord et la production d'outils d'éducation nationale en collaboration avec la Société géographique royale du Canada. Le Musée continue de diriger le développement de l'*Alliance des musées du Conseil de l'Arctique* grâce à l'engagement des musées nationaux dans les huit pays de l'Arctique et pays membres associés. Les experts scientifiques du Musée ont participé



à plusieurs groupes consultatifs et de travail au sein du Conseil de l'Arctique, et poursuivent leur participation avec *Students on Ice*.

La planification complète du CDEE a été achevée grâce au nouveau conseiller spécial Geoff Munro, l'ancien chef scientifique principal pour Ressources naturelles Canada. La recherche a eu lieu sur le terrain et en laboratoire avec un nombre important de collaborateurs. Elle a impliqué de nombreux étudiants qui aspirent à devenir des experts. Cette recherche a apporté de nouvelles connaissances à la littérature scientifique et aux rencontres professionnelles. Les chercheurs du Musée ont découvert et décrit neuf nouvelles espèces d'animaux, de plantes, de fossiles et de minéraux. Notre capacité à partager des informations sur nos collections minérales, fossiles, végétales et animales a augmenté grâce à la mise en œuvre d'un nouveau studio de photographie, à l'installation d'équipement de pointe pour analyser les échantillons de plantes et à un portail Web à nature.ca pour fournir un accès libre aux dossiers et images. Les experts du Musée ont continué de fournir des conseils et un soutien à de nombreuses initiatives nationales et internationales, telles que le Comité sur la situation des espèces en péril au Canada (COSEPAC), la Commission canadienne pour l'Union internationale pour la

conservation de la nature (CCUICN) et le « *Global Biodiversity Information Facility* » (GBIF). Le Musée a joué un rôle de leader dans l'élaboration d'une mesure de l'expertise taxonomique du Canada et dans la formulation des informations sur les collections des musées canadiens dans le 5^e Rapport national du Canada à la Convention sur la diversité biologique (CDB). Il a informé les membres de la délégation canadienne aux réunions scientifiques et techniques de la CDB sur le Protocole de Nagoya et l'Initiative taxonomique mondiale. Avec l'aide des enseignants et des concepteurs d'expositions, des découvertes scientifiques ont été offertes au public pour les rendre plus compréhensibles, utiles et appréciées.

Le Musée et le *Smithsonian Natural History Museum* ont dirigé l'élaboration et la mise en œuvre d'outils en ligne pour fournir des informations sur tous les sites mondiaux de pegmatites (un groupe de minéraux importants d'un point de vue économique). Grâce à notre recherche, à notre position au sein de l'Alliance des musées d'histoire naturelle du Canada et à de nombreuses collaborations scientifiques, la collection nationale a été utilisée, a augmenté en valeur et a été enrichie.

inspiration et éducation

Présenter le monde naturel grâce à des programmes d'éducation du public qui augmentent la compréhension de l'environnement naturel changeant du Canada.

Le Musée canadien de la nature a accueilli les expositions *Edward Burtynsky : Pétrole, Agricultrices, guerrières, et bâtisseuses : la vie secrète des fourmis* et *Des grenouilles hautes en couleur* de Reptiland en Pennsylvanie. Le Musée a ajouté une expérience de salon scientifique à *Edward Burtynsky : Pétrole* qui offrait la possibilité pour les visiteurs principalement adultes de réfléchir sur les questions soulevées par l'exposition et d'engager un dialogue entre eux. Dans *Des grenouilles hautes en couleur*, le Musée a ajouté deux zones pour accroître la puissance de retenue et l'attrait de l'exposition pour son public familial. Cette exposition a connu un taux d'attraction plus élevé que prévu pendant une saison où le Musée est peu fréquenté.

Reconnaissant les pressions financières que subissent de nombreux musées à travers le pays, le Musée a entrepris une collaboration avec Science Nord de Sudbury pour partager à parts égales les coûts de développement d'une exposition itinérante sur l'Arctique. Grâce à la collaboration, les deux institutions ont été en mesure de monter une exposition plus étoffée que si elles avaient travaillé seules. La collaboration pour créer *Les voix de l'Arctique* a été lancée en juin 2013, et l'exposition a ouvert ses portes à Science Nord en mars 2014 (une rapidité fulgurante pour le développement de n'importe quelle exposition). Cette exposition de 5 000 pieds carrés sera présentée au Musée en décembre 2014. Les recettes de l'exposition, qui fera le tour de l'Amérique du Nord au cours des cinq prochaines années, seront partagées également entre les deux institutions. Ce modèle de collaboration reflète une orientation que le Musée poursuivra afin de tirer le meilleur parti possible des ressources limitées.

L'année 2013-2014 a également été marquée par le succès incroyable des soirées *Nature Nocturne* du Musée. Ces soirées pour adultes, tenues à guichet fermé, ont ouvert une nouvelle perspective pour le Musée comme un lieu de rencontre pour les jeunes adultes, dont plusieurs n'avaient jamais visité l'institution ou ne l'avaient pas fait depuis leur tendre enfance. La conversion du Musée en destination sociale a remporté beaucoup plus de succès qu'on ne l'espérait. *Nature Nocturne* a également fourni l'occasion de collaborer avec un autre musée national pour une activité spéciale sur le thème de *Star Wars* qui a attiré de nouveaux visiteurs au Musée et une promotion supplémentaire de l'exposition *Star Wars Identités* du Musée de l'aviation et de l'espace du Canada.

Fort d'une collaboration avec le *Globe and Mail*, le Musée a lancé une occasion plus intime pour une clientèle exclusive de participer à la discussion de sujets scientifiques qui mettent en évidence ses axes de recherche. Dans le cadre du programme *PARLONSnature*, Ivan Semeniuk, journaliste scientifique du *Globe*, a interviewé des chercheurs du Musée sur des sujets tels que la « dé-extinction », l'intelligence des plantes et un autre point de vue sur les avantages des parasites pour la santé. On peut regarder ces entrevues en ligne.

Au cours de l'été, le Musée s'est concentré sur les programmes d'animaux vivants pour notre public familial. Des expériences assorties de frais supplémentaires pour ces rencontres avec les animaux vivants ont réussi à explorer les niveaux de prix et la logistique de cette approche. D'autres expériences seront menées au cours du prochain exercice.





présence

Créer des expériences uniques et accroître la valeur offerte aux visiteurs grâce à la rénovation de l'Édifice commémoratif Victoria et aux programmes et services qui s'y rattachent.



La fréquentation du Musée en 2013-2014 équivalait à celle de l'exercice précédent, soit 379 647 entrées. Ce nombre est en deçà de la prévision de 400 000 visiteurs pour l'année, mais dépasse de loin la moyenne de fréquentation de 257 000 connue avant les travaux de rénovation achevés en 2010. La baisse du nombre de touristes dans la capitale nationale a entraîné un déclin de la fréquentation de nombreuses autres attractions de la ville durant l'été par rapport à l'année précédente. Le Musée a seulement connu une baisse au mois d'août, et pas dans la même mesure que les autres. Les expositions itinérantes ont atteint plus d'un million de visiteurs au Canada et à l'étranger. *Arctique accessible*, une exposition créée en collaboration avec la Société géographique royale du Canada, a fait le tour des ambassades canadiennes à travers le monde, tandis que *Papillons de nuit : plus grands que nature* est toujours à l'affiche au *American Museum of Natural History* de New York. *Bioluminescence : quand la nature s'illumine*, une grande exposition réalisée en collaboration avec l'*American Museum of Natural History* et le Musée Field de Chicago, a prolongé son séjour à Chicago et a été vue par plus d'un million de personnes. Elle sera présentée au Musée canadien de la nature en mai 2014.

Le marketing, destiné à faire avancer la nouvelle image de marque audacieuse introduite en 2012-2013, portait sur le thème de *la Nature en tête-à-tête*, qui a résonné avec des expositions d'animaux vivants dans *Agricultrices, guerrières et bâtisseuses : la vie secrète des fourmis*, *Des grenouilles hautes en couleur*, et la programmation spéciale d'été. En réponse à la baisse du nombre de visiteurs en été, une mascotte d'original distribuant des coupons a servi à inciter les touristes à marcher du boulevard de

la Confédération jusqu'au Musée. Cette tactique a réussi à promouvoir l'image du Musée sur la rue et dans les hôtels.

Le Campus du patrimoine naturel a été le site d'une journée portes ouvertes de nos installations de collections et de recherche. La présence de plus de 3 600 personnes a dépassé de loin la participation à des journées portes ouvertes tenues il y a deux ans et au cours des années précédentes.

Le marketing et les relations avec les médias ont continué à intensifier leurs efforts en ligne et dans les médias sociaux. Les abonnés Twitter du Musée dépassent maintenant les 15 000 et ceux qui « l'aiment » sur Facebook sont plus de 7 000. Les activités de relations avec les médias ont été très positives avec une vaste couverture médiatique des inaugurations des expositions, qui a accordé un intérêt particulier aux conservateurs du Musée et aux experts impliqués de la recherche. De nouvelles relations ont été établies avec des blogueurs influents au cours de la sensibilisation pour des programmes tels que *Nature Nocturne* et le festival *Arctique extraordinaire*, ainsi que des expositions artistiques telles que *Edward Burtynsky : Pétrole*.

performance

Établir des pratiques de gouvernance et des systèmes intégrés d'avant-garde qui appuient et aident à financer les orientations et les objectifs stratégiques du Musée.

Le Musée a fait de grands pas vers la viabilité financière grâce aux mesures de génération de produits et de réduction des charges mises en œuvre au cours des quatre dernières années. Bien que les droits d'entrée soit restés sensiblement les mêmes à 2,0 millions de dollars, les frais des programmes offerts à l'ÉCV ont augmenté de 0,3 à 0,5 million en 2013-2014, tandis que les produits liés aux opérations auxiliaires tels que la location de salles, les baux de la boutique et de la cafétéria et le stationnement ont augmenté de 0,2 à 1,5 million en 2013-2014. Le Musée examine continuellement son programme, ses modes de diffusion et ses activités de soutien afin de s'assurer qu'ils demeurent utiles aux Canadiens. Compte tenu des mesures de réduction des dépenses mises en œuvre au cours des exercices précédents en réponse aux pressions financières de nombreux musées à travers le pays, le Musée a continué à saisir les occasions de collaboration qui améliorent l'efficacité et l'efficience.

Dans le cadre des travaux du nouveau Conseil des PDG des musées nationaux, le Musée a continué d'établir avec les musées nationaux des possibilités de collaboration qui améliorent l'efficacité et l'efficience et d'agir sur ces possibilités. À la suite de trois réunions des PDG et des réunions simultanées des CDF, les musées ont maintenant une approche systématique pour définir et faire avancer les projets de « co-approvisionnement », de planification coopérative d'expositions et de marketing conjoint. Plus précisément, au cours de l'année, le Musée a collaboré avec le Musée canadien de l'histoire pour lancer un appel d'offres de services de garde de sécurité qui a rapporté des économies annuelles d'environ 0,1 million de dollars.

Depuis 2011-2012 le Musée a implanté un nouveau modèle d'affaires, pour passer d'un modèle fondé sur les crédits parlementaires à un modèle d'entreprise. Ce changement vise à favoriser l'innovation. Au cours de l'année, la refonte de la structure organisationnelle qui avait commencé l'année précédente s'est finalisée avec l'embauche d'un directeur du marketing et des relations avec les médias et d'une directrice de l'avancement. D'autres initiatives liées aux ressources humaines ont inclus la refonte de l'évaluation du rendement des employés pour s'assurer que cette évaluation soit effectuée en temps opportun et s'aligne avec l'orientation stratégique du Musée. Enfin, le Musée a mis à profit son infrastructure informatique afin d'accroître sa capacité de disséminer ses collections et ses connaissances et d'améliorer l'expérience des visiteurs et l'engagement du public.

Globalement, les résultats sont cohérents avec la priorité du Musée touchant la mise en œuvre d'un modèle d'entreprise assorti de mesures et de responsabilités précises.



avancement

Entretenir des relations significatives avec les visiteurs, membres, donateurs, partenaires et intervenants qui sont philosophiquement et financièrement attachés à la vision et au mandat du Musée et qui souhaitent jouer un rôle dans l'avenir du Musée.

La Division de l'avancement a connu plusieurs évolutions majeures en 2013-2014, dont l'embauche d'une directrice après que la poste ait été vacant pour deux ans, la professionnalisation de la Division, ainsi que son approche du processus de collecte de fonds impliquant l'introduction des meilleures pratiques en fait d'outils, de normes de présentation, d'analyses des données et de paramètres liés à l'appui des objectifs.

La Division ne cesse de renforcer ses capacités. Elle a entrepris une évaluation de la structure organisationnelle, laquelle a mené à un réalignement des rôles et des responsabilités, à la création d'un nouveau poste d'agent d'avancement, dons annuels et événements et à des formations pour développer l'expertise en matière d'adhésions, de dons majeurs et de commandites. Avec ces changements, la Division de l'avancement est prête à réaliser les objectifs financiers ambitieux nécessaires pour financer les aspirations du Musée.

Un examen complet du programme MEMBREnature a été mené et des mesures ont été prises pour mettre à jour et améliorer les avantages, le contenu, le style de communication, le processus global et l'intendance. Une stratégie d'acquisition a été introduite pour soutenir l'objectif ambitieux de 1 000 membres supplémentaires.

Des expériences MÉCÈNESnature distinctives ont été créées pour approfondir la participation des MÉCÈNES à la vie et à l'avenir du Musée. Ces expériences sont conçues pour encourager un engagement plus significatif et des niveaux de contribution toujours plus élevés. Un nouveau rendez-vous annuel d'appréciation des donateurs : *Inspiration, Connexion et Engagement* sera lancé en avril 2014 pour soutenir la culture de la reconnaissance que le Musée est à établir et renforcer une position d'intendance forte. Globalement, le nombre de MÉCÈNESnature a augmenté et les objectifs financiers et numériques ont été atteints.

Des réalisations importantes ont été faites dans la promotion du Conseil national de la nature (CNN), organe de sensibilisation et de collecte de fonds du Musée. Ian Pearce, ancien PDG de Xstrata Nickel et partenaire actuel de Ressources X2, a accepté de diriger l'initiative du CNN. Cette année, les membres du CNN ont donné ou recueilli plus de 1,2 million de dollars pour soutenir les programmes et les activités du Musée.

La Division de l'avancement a réussi à engager le Conseil d'administration à participer activement et directement à l'appui des activités de promotion, y compris à jouer des rôles de leadership au sein de la structure du Conseil national de la nature dans leurs régions.



La Division de l'avancement a réussi à élargir considérablement son portefeuille de donateurs potentiels, tout en reconnaissant qu'il reste encore beaucoup de travail à faire pour atteindre un groupe de donateurs suffisant pour soutenir l'objectif de collecte de fonds global de 15,0 millions de dollars. Dans le cadre des travaux du Conseil des PDG, le Musée a mené une étude sur la faisabilité d'une campagne commune de notoriété et de collecte de fonds pour les musées nationaux. Les recommandations pour la campagne de sensibilisation conjointe seront formulées en 2014-2015, avant toute collecte de fonds.

En 2013-2014, le Musée a été heureux d'atteindre son objectif de 3,0 millions de dollars en dons des particuliers et des entreprises, commandites, adhésions, collaborations, support en nature des médias et à la recherche et aux collections.

100

donateurs ont soutenu la vie et l'avenir du Musée

4 200

adhésions pour 16 800 membres intéressés au Musée

12

commanditaires ont investi dans la marque et l'auditoire du Musée

29

communautés canadiennes ont accueilli nos expositions itinérantes

45

villes canadiennes ont reçu des prêts de notre collection de 10,5 millions de spécimens

36

villes ont collaboré à des projets de recherche avec les experts du Musée

60 000

visiteurs des programmes scolaires et locations de salles

583

citations recensées dans les médias

Merci de vous reporter au site nature.ca pour trouver le Rapport annuel du Musée, qui contient le états financiers vérifiés.