

Le plus grand musée d'histoire naturelle au Canada, connu pour : l'inspiration et l'engagement par la nature; la connaissance et l'exploration de l'Arctique; la découverte et l'étude des espèces et une collection de 10,5 millions de spécimens logée sur un campus de recherche de 76 hectares.

RÉTROSPECTIVE DE 2014-2015



90

publications

35,8 millions

de téléchargements/
consultations de
données sur les
collections

1 million

de visiteurs
des expositions
itinérantes

320

collaborateurs dans
110 villes du monde

93 %

des visiteurs
inspirés à
s'instruire sur la
nature

630 000

visiteurs des musées
de la capitale
nationale

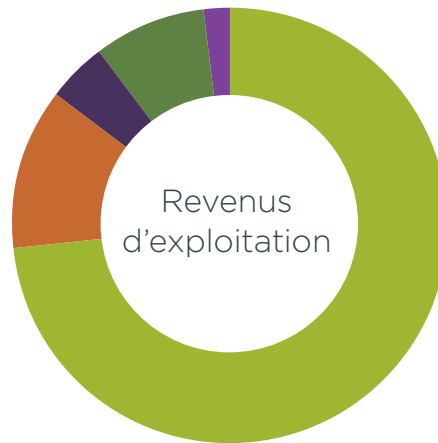
6,1 millions

de dollars en
promesses, en
argent et en nature

39

espèces
découvertes ou
classifiées

statistiques en un coup d'oeil



■ Subventions gouvernementales	24,8 millions de dollars
■ Droits d'entrée et frais des programmes	4,1 millions de dollars
■ Activités auxiliaires	1,5 millions de dollars
■ Contributions	2,8 millions de dollars
■ Autres revenus	0,6 million de dollars



■ Inspiration et engagement	7,9 millions de dollars
■ Entretien et accès aux collections	3,1 millions de dollars
■ Recherche et découverte	4,2 millions de dollars
■ Services internes	6,4 millions de dollars
■ Immeubles et terrains	11,5 millions de dollars

message du président du conseil

La durabilité est un mot que l'on entend de plus en plus souvent dans le domaine de la gouvernance : à petite échelle lorsqu'il s'agit de la santé et de la viabilité d'une entreprise et à grande échelle lorsqu'il s'agit de notre capacité à maintenir un environnement naturel capable de se régénérer et de supporter les tendances mondiales actuelles de la montée démographique, de la croissance économique et de la consommation d'énergie. La réponse à ces deux aspects de la durabilité a été le thème central des progrès au Musée canadien de la nature au cours du dernier exercice.

À l'échelle macroscopique, le Musée canadien de la nature mène des recherches pour acquérir des connaissances directement applicables à la compréhension des changements environnementaux. De plus, grâce à la collection nationale d'histoire naturelle, il maintient une somme de connaissances scientifiques qui est essentielle à la gestion de l'environnement. Accomplir ce rôle dépend, à petite échelle, de la capacité du Musée lui-même à gérer des activités durables. Pour être pertinent, le Musée doit offrir une valeur claire à la communauté scientifique, et, grâce à l'engagement du public, à la population en général.

En 2014-2015, le Musée a mené 13 expéditions scientifiques comprenant 170 jours d'exploration. Il a ainsi perpétué la tradition de la Commission géologique du Canada d'il y a 150 ans, de l'Expédition canadienne dans l'Arctique d'il y a un siècle, des efforts scientifiques récents, tels que la découverte du chameau arctique et des collectes en cours pour le projet de flore arctique. L'excellence exige de l'assiduité à la tâche, or celle-ci a



STEPHEN HENLEY

Président du Conseil
d'administration

été renforcée par la nomination de Jeff Saarela, Ph.D., comme directeur du Centre de connaissance et d'exploration de l'Arctique et de Bob Anderson, Ph.D., comme directeur du Centre de découverte et d'étude des espèces. Leur leadership assurera que chacun de ces centres d'excellence continue d'apporter d'importantes contributions à l'ensemble des connaissances qui doivent être mises à profit pour gérer les changements environnementaux dans l'Arctique et maintenir une riche biodiversité au Canada et dans le monde.

Les centres d'excellence ont été soutenus par les développements du Campus du patrimoine naturel, qui abrite la collection nationale d'histoire naturelle de 10,5 millions de spécimens ainsi que les laboratoires de recherche du Musée. La numérisation des spécimens se poursuit, avec plus de 800 000 fiches maintenant disponibles sur le site Web du Musée à travers les « Collections en ligne », une interface



© Michelle Valberg

d'accès amélioré, et par des alliances d'intégration de données comme celles avec la *Global Biodiversity Information Facility*. Globalement, plus de 32 millions de téléchargements de données de spécimens de musée ont été entrepris par les parties intéressées au Canada et à travers le monde pendant le dernier exercice. Pour veiller à ce que la découverte des espèces profite des techniques de pointe, les laboratoires d'ADN du campus ont été agrandis et modernisés.

La durabilité du Service de l'engagement a été améliorée par un réalignement opérationnel qui a réduit ses effectifs de cinq postes, principalement dans la programmation publique. La réduction des coûts de base permettra au Musée de poursuivre ses activités à leur niveau actuel, sans augmentation des subsides gouvernementaux, en appliquant un modèle d'augmentation de 5 % au chapitre des revenus commerciaux et de

1 % au niveau des coûts. Ces objectifs ont été facilement dépassés durant le dernier exercice : les droits d'entrée ont été haussés, la fréquentation a augmenté de plus de 9 % pour passer au-delà des 400 000 visiteurs et des gains d'efficacité ont été réalisés dans des domaines tels que les services informatiques.

Comme le Musée est en concurrence dans le secteur en rapide évolution des loisirs et du divertissement, le succès et la croissance future de l'engagement du public exigeront de trouver des moyens nouveaux et novateurs d'interagir avec nos visiteurs. C'est justement à cette fin que le Musée a créé le Centre d'inspiration et d'engagement sur la nature qui a mis à l'essai huit innovations en matière d'engagement des visiteurs. L'idée est d'essayer de nouveaux concepts et modèles audacieux, de faire participer les visiteurs aux essais et aux consultations et de miser sur les succès pour améliorer les expériences

existantes, pour créer des extensions des programmes en place ou pour proposer des expériences entièrement nouvelles. Le rôle d'inspiration du Musée l'amène aussi à reconnaître l'excellence des autres intervenants. Pour ce faire, les Prix inspiration nature ont été inaugurés en 2014, célébrant le leadership des jeunes, des adultes, des entreprises et des organismes sans but lucratif petits et grands. Nous nous attendons à ce que les Prix inspiration nature fassent partie intégrante des traditions du Musée.

Je suis certain que les progrès réalisés durant l'exercice dans l'accomplissement du plan stratégique ont placé le Musée canadien de la nature sur une trajectoire durable pour jouer un rôle vital dans la création de notre avenir pérenne. Le Musée canadien de la nature remercie le gouvernement du Canada de son appui constant et de son attachement soutenu à la cause des musées nationaux.

message de la présidente- directrice générale

Rétrospective 2014 – 2015 : vraiment tout un exercice!

Agrandissement du labo d'ADN :

son espace a doublé en réponse à la demande croissante des savants et collègues au pays comme à l'étranger.

Réaménagement : le nouvel agencement des labos et entrepôts du Campus du patrimoine naturel fait meilleur usage de la surface disponible tout en faisant place à un plus grand labo d'ADN.

PARLONS Nature : quatre conversations inouïes sur les intrigues de la nature.

CAMPS Nature : mise à l'essai d'une interaction encore plus captivante pour les jeunes.

SCOOP Nature : de courtes vidéos basées sur les histoires de la recherche et du développement des collections.
<http://nature.ca/naturescoop/>

Expédition de botanique dans l'Arctique : sa flore continue de se livrer à nos chercheurs.

Bioluminescence : une révélation pour nos visiteurs et toute l'équipe de l'exposition.

Bourse postdoctorale de la Fondation Weston : une chance en or de former la relève en sciences naturelles.

Ballons d'essai du Centre d'inspiration par la nature : des camps aux brunches en passant par les balises iBeacon et les applications, sans oublier les minéraux et les indices de mesure.

Alliance des musées d'histoire naturelle de l'Arctique : le premier rendez-vous officiel des directeurs de musée de pays nordiques : Canada, États-Unis, Danemark, Norvège, Suède, Islande et Finlande.

Prix Inspiration nature : première remise édifiancée d'un nouveau prix soulignant l'ingéniosité et l'effet des expériences d'animation en sciences naturelles.

Carte géante de l'Arctique :

en collaboration avec la Société géographique royale du Canada, qui donne la chance d'enjamber les grands espaces de l'Arctique sans souffrir du froid ni des moustiques.

Les voix de l'Arctique : nous avons mis au point avec Science Nord une expérience originale faisant écho aux nombreuses voix de l'Arctique

Banc d'essai d'expéditions martiennes : qui aurait su qu'un botaniste de l'Arctique aiderait les astronautes à s'entraîner pour la Planète rouge?

Exposition itinérante de minéraux : le miracle de la rue McLeod a ouvert ses portes en décembre après quelques contrariétés logistiques. L'équipe des expositions a de nouveau tenu promesse!

Congrès mondial des parcs de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), à Sydney en Australie : une place spéciale y a été accordée à l'animation naturaliste auprès des jeunes. Nous y étions avec nos partenaires de Parcs Canada et 10 000 de nos amis les plus intimes.

Congrès sur la biodiversité arctique de Trondheim en Norvège : une première édition animée par le Groupe de travail sur la conservation de la flore et de la faune arctiques et où l'on a traité de la réalisation concrète des recommandations de l'Évaluation de la biodiversité dans l'Arctique.

"Arctic Change 2014" à Ottawa Canada : une rencontre mémorable de savants, étudiants, organisations non gouvernementales, sociétés, gouvernements et organismes, tous voués à l'avenir durable du continent glacé.



MARGARET BECKEL

Présidente-directrice générale

Objectifs 5 et 1 pour une entreprise de musée durable : notre plan pour atteindre la viabilité financière repose sur des recettes en hausse de 5 % et des dépenses n'augmentant pas plus que de 1 %.

170 jours : c'est la durée totale des expéditions que nous avons menées au pays et ailleurs pour révéler comme il nous incombe de nouveaux secrets de la nature.

90 articles publiés : diffusion de connaissances sur les plantes, animaux, fossiles et minéraux pour que la nature soit mieux comprise et ainsi mieux respectée.

Acquisition de 56 000 spécimens : plus précisément deux dons de source privée à nos collections de minéraux et d'invertébrés.

39 millions de points de contact dans nos locaux, à l'extérieur et en ligne : nous ne cessons d'étendre la portée de nos expériences de visite, d'éducation, de socialisation et de destination civique.



663 mentions dans les médias : le Musée a fait les manchettes et il a su faire parler de lui dans toute la région, partout au pays et même à l'étranger.

24 annonces pleine page en quadrichromie : nous avons jubilé de voir 24 annonces pleine page publiées dans le Globe and Mail pour vanter nos expositions, notre cybercollection, les Prix inspiration nature et notre saison d'exploration arctique.

42 couples unis : l'Édifice commémoratif Victoria (ÉCV) demeure un cadre très prisé pour la tenue de mariages et autres réceptions.

5 300 adhésions/21 200 membres : nos visiteurs attachent de la valeur à l'adhésion qui leur procure la joie de participer à l'évolution de notre grand Musée.

6 millions de dollars consacrés à la vie et à l'avenir du Musée : les dons en argent, en collections et en nature continuent d'affluer en réponse à la diffusion de notre message.

8 innovations à l'essai : de nouvelles approches pour proposer à nos visiteurs des expériences captivantes et marquantes. Certaines seront intégrées à l'offre de base alors que les autres seront repensées ou mises en réserve.

131 employés : ils ont démontré leur attachement passionné à notre mission et ils l'ont fait avec courage, dévouement et compétence.

38 étudiants encadrés.

36 millions de téléchargements de données des collections.

230 bénévoles : généreux de leur temps, de leur argent et de leurs deniers pour soutenir la mission du Musée, celle de mieux faire comprendre la nature et de la faire mieux respecter pour le bien du pays lui-même.

Bref, ce fut un autre exercice merveilleux au Musée canadien de la nature.

Merci d'y avoir concouru.

MESURE DE RENDEMENT POUR 2014-2015



Le Musée a commencé, en 2014-2015, à mener un nouveau plan stratégique qui s'appuie sur ses forces de recherche et de collections dans les domaines de l'Arctique et de la découverte d'espèces. De nouvelles approches pour la conception et la livraison de l'expérience des visiteurs permettront au Musée d'attirer et d'inspirer de nouveaux publics. Ces nouvelles expériences engageantes conduiront à la hausse des adhésions et renouvellements et fourniront une base pour une collecte de fonds plus fructueuse. Les niveaux d'engagement plus élevés mèneront à une meilleure compréhension et à une meilleure connexion avec le monde naturel du Canada.

Objectif stratégique 1 :

Créer un Centre de connaissance et d'exploration de l'Arctique **qui transforme la compréhension qu'ont les gens de l'Arctique canadien** et de sa relation avec le Canada dans le contexte mondial du XXI^e siècle.

Stratégies : Mener un programme de cinq ans pour améliorer et faire progresser la recherche, les collections, l'éducation et les expositions axées sur l'Arctique canadien dans un contexte national et mondial.

- Lancer de nouvelles alliances et de nouveaux contenus arctiques qui positionnent le Musée à l'échelle nationale et internationale.
- Lancer le nouveau Centre de connaissance et d'exploration de l'Arctique.
- Dévoiler une sculpture arctique et la programmation connexe.
- Lancer la Galerie de l'Arctique de même que la programmation et les recherches s'y rapportant.

Résultat n° 1 : Être un chef de file mondial dans la connaissance et l'exploration de l'Arctique.

La nouvelle programmation arctique a attiré plus de participants, plus de commandites et plus de couverture médiatique que prévu. La visibilité supérieure de l'Arctique, généralement attribuable au fait que le Canada préside le Conseil de l'Arctique, a contribué à accroître la notoriété des recherches et de la programmation du Musée.

Mesures de rendement :

Résultat	Mesure	Objectif de rendement de 2014-2015	Résultats 2014-2015
Être un chef de file mondial dans la connaissance et l'exploration de l'Arctique.	• Nombre de participants à des expériences sur le thème de l'Arctique : galerie, exposition, programme, médias numériques	• De 250 000 à 400 000 par an	• 1 136 620
	• Fonds recueillis pour soutenir la recherche, les collections et la programmation sur l'Arctique	• 200 000 \$	• 270 000 \$ en argent • 50 000 \$ indirectement
	• Nombre de contacts avec le MCN et ses experts et collections pour du contenu, de l'expertise et des collaborations touchant l'Arctique	• 60	• 80
	• Sensibilisation au contenu et à l'expertise arctique du Musée, telle que mesurée par les mentions dans les médias, articles, etc.	• 20 articles	• 108 articles • 17 mentions

Objectif stratégique 2 :

Créer un Centre de découverte et d'étude des espèces **qui transforme la compréhension qu'ont les gens de la pertinence de la diversité des espèces** dans leurs vies, maintenant et à l'avenir.

Stratégies : Mettre de l'avant un programme de cinq ans pour faire progresser et diffuser la recherche, les collections, l'éducation et les expositions expliquant la biodiversité du Canada en concertation avec le programme Biodiversité 2020 de la Convention sur la diversité biologique des Nations Unies.

- Mener l'adhésion et la participation du Canada au *Global Biodiversity Information Facility* (GBIF).
- Lancer le nouveau Centre de découverte et d'étude des espèces.
- Dévoiler le Jardin des régions du Canada à l'ÉCV.
- Positionner le Musée comme chef de file de la découverte d'espèces à des conférences nationales et internationales telles que le congrès mondial de l'UICN.
- Lancer une campagne médiatique nationale faisant valoir notre expertise en recherche.

Résultat n° 2 : Être un chef de file national et une source d'influence mondiale dans la promotion et le partage des connaissances à propos de la découverte des espèces et de leur évolution.

Les mesures de performance dans la découverte d'espèces sont liées au programme de recherche de nos scientifiques de même qu'au nombre et à la valeur des subventions de recherches reçues de l'extérieur. Cette année, nous avons reçu plus de soutien que prévu pour les étudiants des cycles supérieurs et avons eu moins de temps pour décrire et classifier de nouvelles espèces. L'accès à nos données de collections numérisées se fait principalement par la GBIF. La GBIF a développé de nouveaux outils pour le suivi des téléchargements de données ce qui fait que notre nombre a augmenté de façon spectaculaire. Nos efforts visant à encourager un nouveau système de financement de l'adhésion du Canada à la GBIF ont échoué cette année. Nous allons continuer d'encourager nos collègues au sein du gouvernement du Canada à trouver une source pour financer l'adhésion du Canada à la GBIF.

Mesures de rendement :

Résultat	Mesure	Objectif de rendement de 2014-2015	Résultats 2014-2015
Être un chef de file national et une source d'influence mondiale dans la promotion et le partage des connaissances à propos de la découverte des espèces et de leur évolution.	• Nombre de publications	• 45	• 56
	• Nombre de nouvelles espèces et de nouveaux taxons décrits par le Musée	• 20	• 39
	• Nombre de collaborateurs impliqués dans le travail du Musée	• 320	• 131 Recherches et Collections • 109 Expériences et Engagement
	• Nombre de nouveaux experts guidés par le Musée	• 22	• 38
	• Nombre de collections acquises	• 20 000	• 56 445
	• Quantité de données partagées numériquement sur Internet : téléchargements	• 1,2 million de téléchargements	• 7 478 286 téléchargements
	• Pourcentage des adhésions au GBIF financées	• 10 %	• zéro

Objectif stratégique 3 :

Créer un Centre d'inspiration et d'engagement sur la nature qui **transforme les attentes des gens envers le Musée canadien de la nature en tant que destination** pour la discussion, la connexion et l'exploration de la nature du passé, du présent et de l'avenir, destination qui fait avancer la compréhension et le respect du monde naturel du Canada.

Stratégies : Mener un programme quinquennal d'inspiration et d'engagement sur place et hors site qui offre une approche différente et convaincante de la connexion et de l'engagement avec la nature.

- Lancer le Centre d'inspiration par la nature (CIN) comme lieu d'expérimentation et d'essai des nouvelles expériences avec les publics existants et de nouveaux publics.
- Lancer un prix annuel soulignant l'excellence dans l'inspiration par la nature.
- Lancer le sommet mondial sur l'inspiration par la nature pour partager de nouvelles approches inspirant l'engagement avec la nature et notre avenir naturel.
- Lancer à travers le Canada les produits commerciaux mis à l'essai au CIN.
- Lancer une série nationale de salons en collaboration avec un partenaire majeur – pour donner à la nature une voix à travers le Canada.

Résultat n° 3 : Être un chef de file national dans l'inspiration à la nature sur place et hors site.

Le temps que nos visiteurs passent dans le Musée est influencé par de nombreux facteurs, y compris le nombre d'expositions temporaires dans le bâtiment à un moment donné et le nombre d'expériences pour lesquelles nous demandons un supplément. Nous avons réduit, cette année, le nombre d'expositions temporaires dans le cadre de notre exercice de rationalisation et nous avons exigé un supplément pour notre exposition temporaire d'automne-hiver. Cette baisse a été compensée par une augmentation de 25 % dans notre programme d'adhésion.

Mesures de rendement :

Résultat	Mesure	Objectif de rendement de 2014–2015	Résultats 2014-2015
Être un chef de file national dans l'inspiration par la nature sur site et hors site.	• Nombre de visiteurs qui fréquentent les expériences générées par l'ÉCV et le Campus du patrimoine naturel (CPN)	• 2,5 millions	• 2,4 millions
	• Accroissement de la force de rétention de l'expérience des visiteurs du Musée	• Augmenter la rétention de 10 %	• Stable
	• Accroissement du taux de renouvellement des adhésions et du nombre total de membres	• 4 300 adhésions • 43 % de renouvellements	• 5 300 adhésions • 57 % de renouvellement
	• Accroissement de la portée de l'expertise du Musée, démontré par le nombre de collaborations, conférences et ateliers	• 25 événements	• 408 événements
	• Nombre d'organisations qui collaborent avec le Musée pour la création de contenu et d'expériences	• 6 collaborateurs	• 80 collaborateurs
	• Fonds recueillis à l'appui de l'inspiration, du contenu et des expériences touchant la nature	• 200 000 \$	• 891 000 \$

Objectif stratégique 4 :

Faire reconnaître le Campus du patrimoine naturel comme un centre d'excellence dans la gestion des collections et dans l'avancement et la diffusion des connaissances en devenant un collaborateur dans le domaine des collections et en agissant en partenariat avec des institutions du monde entier qui cherchent à recueillir, à préserver et à numériser des spécimens qui documentent la nature du Canada.

Stratégies : Mettre en œuvre un programme de cinq ans qui positionne globalement le Campus comme un centre d'excellence en matière de recherche, de collections, d'administration et d'expériences inspirant la compréhension et le respect de la nature.

- Collaborer avec les organismes nationaux et internationaux de recherche et de gestion des collections.
- Lancer une campagne de sensibilisation qui démontre au public le rôle et les réalisations des scientifiques et responsables des collections du Musée.
- Animer le Campus grâce à des programmes publics.
- Lancer le projet de numérisation des collections tout en exploitant la technologie du GBIF afin d'offrir un meilleur accès en ligne aux collections et connaissances du Musée.
- Mettre à niveau le réseau informatique pour accroître la capacité du Musée et permettre de nouvelles expériences numériques.
- Attirer et héberger des collections distinctives de sources publiques et privées.

Résultat n° 4 : Être un chef de file mondial dans l'étude, la diffusion, la conservation, la préservation et la numérisation des collections d'histoire naturelle.

Nos chercheurs et nos experts en conservation de collections sont de plus en plus reconnus pour leur expertise et sont donc appelés à participer sinon à diriger des conseils et comités à travers le Canada et dans le monde. En plus de suivre l'accès numérique à nos collections par le biais de la GBIF, nous suivons l'accès numérique à travers notre propre système de collections en ligne, pour un total de 16 millions de téléchargements numériques de données sur les collections.

Mesures de rendement :

Résultat	Mesure	Objectif de rendement de 2014–2015	Résultats 2014-2015
Être un chef de file mondial dans l'étude, la diffusion, la conservation, la préservation et la numérisation des collections d'histoire naturelle.	• Nombre de rôles dirigeants dans les organismes nationaux et internationaux de recherche et de gestion des collections.	• 20	• 38
	• Croissance des collections grâce à de nouvelles sources distinctives, publiques et privées, pour le Musée canadien de la nature.	• Augmentation de 2 %	• Augmentation de 2 %
	• Accès au CPN sur place et virtuellement grâce aux expériences créées par le Musée et les organismes associés.	• 26,4 millions	• 35,8 millions
	• Position relative à l'Alliance des musées d'histoire naturelle du Canada pour le nombre de collections canadiennes	• 750 000	• 791 155 • 2 ^e au Canada

Objectif stratégique 5 :

Instituer un **modèle d'entreprise durable** qui exploite les impératifs stratégiques du Musée : la connaissance et la découverte, l'inspiration et d'engagement, la présence, la performance et l'avancement.

Stratégies : Mener un programme d'innovation continue de cinq ans dans tous les aspects de l'exploitation du Musée afin de créer un modèle financier et opérationnel qui soutient le Musée, maintenant et à l'avenir.

- Positionner le Musée comme un élément fondamental de l'expérience de la capitale nationale.
- Lancer une campagne de positionnement des musées nationaux en vue de 2017.
- Lancer un programme de collecte de fonds à l'appui des initiatives d'exploration de l'Arctique et de découverte d'espèces.
- Systématiser le modèle d'analyse de contribution pour la gestion d'entreprise.
- Lancer un programme visant à développer les compétences et les capacités humaines nécessaires pour faire avancer et maintenir une entreprise de musée durable.
- Continuer à tirer parti du Conseil des PDG grâce à l'approvisionnement coopératif, à la sensibilisation et à la coordination des expositions. Le Musée réalisera par ce moyen, cette année, des économies de 10 000 \$.

Résultat n° 5 : Être un chef de file national dans les opérations d'entreprise de musée durable dans un contexte international de bonnes pratiques.

La plupart des mesures étaient près de la cible à l'exception du pourcentage des revenus commerciaux dans le budget total. Le succès de notre exposition spéciale *Bioluminescence* et de notre programme pour adultes *Nature nocturne* a abouti en fin d'exercice à des revenus plus élevés que prévu.

Mesures de rendement :

Résultat	Mesure	Objectif de rendement de 2014-2015	Résultats 2014-2015
Être un chef de file national dans les opérations d'entreprise de musée durable dans un contexte international de bonnes pratiques.	• Recettes gagnées en % du budget total	• 19 %	• 24 %
	• Pénétration du marché touristique	• 10 %	• 10 %
	• Croissance des recettes en % du revenu gagné	• 16 %	• 25 %
	• Nombre de connexions d'expérience par ETP et coût par connexions	• 223 385 • 1,11 \$	• 242 895 • 0,75 \$
	• Conversion des connexions en relations avec les parties prenantes	• 17 000	• 21 200
	• Nombre de mentions dans les médias	• 1 200 mentions	• 430 articles • 233 mentions
	• Aligner les plans de gestion du rendement et de la relève pour soutenir le modèle d'entreprise, les compétences et les ressources humaines nécessaires.	• Déployer le nouveau système de gestion du rendement – An 1	• Lancé un nouveau programme de gestion du rendement – An 1

Nos collaborateurs



Notre portée et impact est à la fois nationale and internationale :

- Nos expositions itinérantes atteignent plus de 1 million de personnes chaque année.
- Nous recherchons et collaborons dans plus de 110 villes à travers le monde.
- Nos collections sont prêtées à des organisations dans plus de 70 villes à travers le monde.

145

donateurs ont
soutenu la vie
et l'avenir du
Musée

5 300

adhésions pour
21 200 membres
intéressés au
Musée

13

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

39

communautés
canadiennes
ont accueilli
nos expositions
itinérantes

70

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

115

collaborations de
recherche externes

56 000

visiteurs des
programmes
scolaires et
locations de salles

663

citations
recensées dans
les médias

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