

NOTRE MISSION

Inspirer, émerveiller et rendre accessible à chacun la découverte de la nature, des sciences et la richesse de nos collections issues du patrimoine naturel.



NOTRE VISION

Passionnés et animés par un désir constant d'engagement et d'innovation pour faire grandir l'intérêt pour la nature et les sciences auprès de tous, nous visons à devenir un meneur incontournable au Canada pour la conception et la réalisation d'expositions.

NOS VALEURS

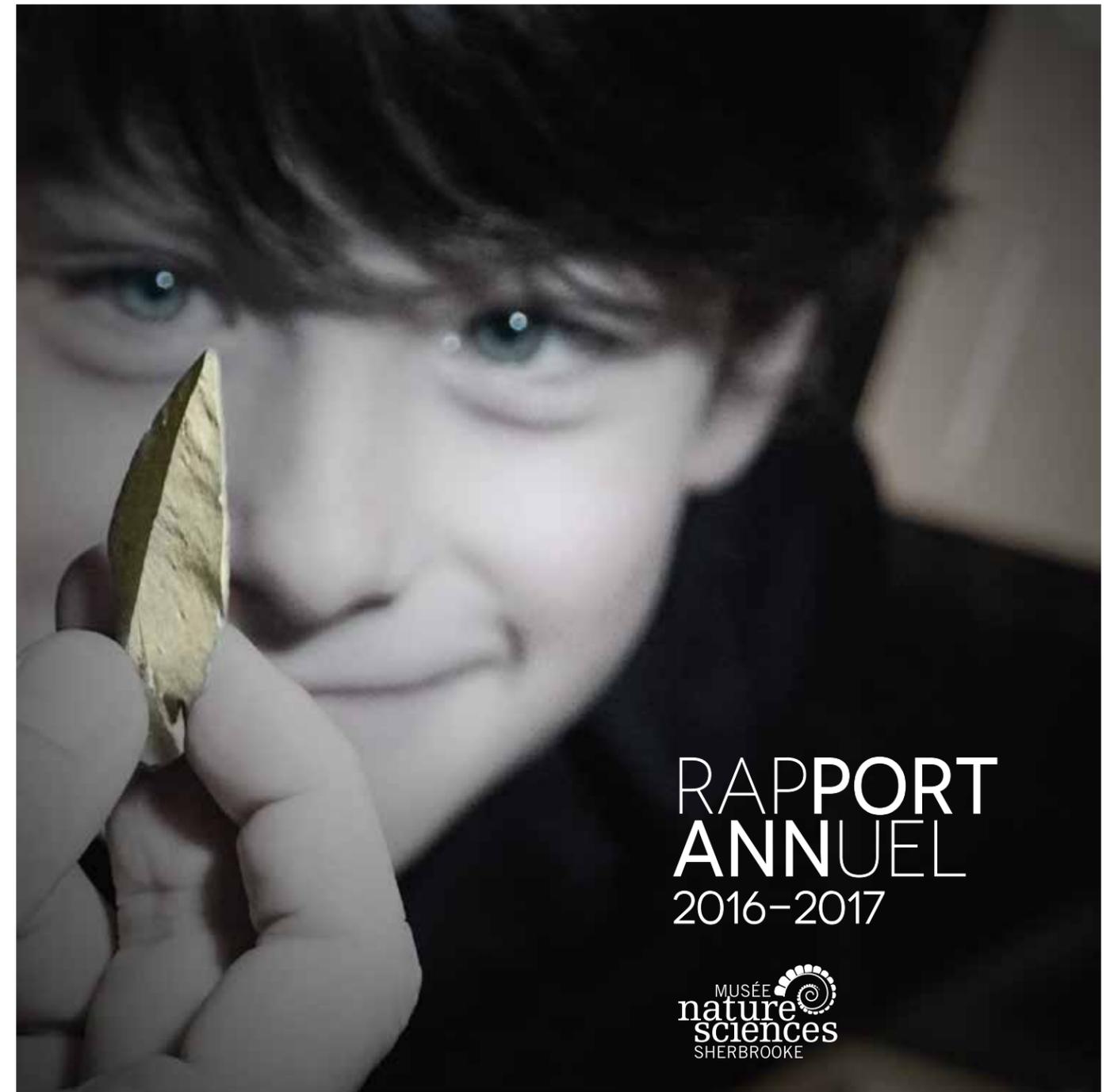
CRÉATIVITÉ

PASSION

COOPÉRATION

OUVERTURE

RIGUEUR



RAPPORT ANNUEL 2016-2017



225 RUE FRONTENAC, SHERBROOKE, QC J1H 1K1
819 564-3200 | NATURESCIENCES.QC.CA



TABLE DES MATIÈRES

Mot de la présidente et de la directrice générale	3
Plan stratégique	4
Le conseil d'administration et la gouvernance.....	5
Plan d'action 2016-17 et achalandage	6
Résultats financiers.....	7
Offre éducative et culturelle.....	8
Attrait culturel et touristique.....	9
Des collections à profusion !	10
Projets de l'année	12
Tournées d'expositions : une année à saveur californienne!	13
Promotion et communication.....	15
La Maison de l'eau	16
L'équipe.....	18

MOT DE LA PRÉSIDENTE & DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

C'est avec un peu d'essoufflement, mais une grande fierté, que nous déposons le rapport annuel de l'année 2016-2017. Ce fut une année riche et mouvementée à bien des égards !

L'appropriation des différents dossiers de gestion, la connaissance des départements du Musée et la découverte du milieu sherbrookoise par la nouvelle directrice générale s'est fait rapidement. La collaboration, l'entraide et l'engagement des administrateurs et des employés du Musée auront contribué à faciliter son intégration pour se mettre rapidement en action.

Le projet pilote de présenter l'exposition *La Petite vie* à l'été 2016 a été un franc succès. Nous avons pour objectifs d'atteindre de nouvelles clientèles, d'augmenter la notoriété du Musée, tant au niveau local, régional que provincial et d'augmenter nos revenus autonomes. Mission accomplie ! Ce sont près de 18 000 visiteurs, provenant de toutes les régions du Québec, qui ont découvert le Musée de juin à septembre 2016.

En août 2016, le ministère de la Culture et des Communications nous annonçait une diminution importante de notre aide financière au fonctionnement : 110 000 \$ par année d'ici 2019-2020. Après l'accueil de cette nouvelle, au lieu de s'apitoyer sur notre sort, l'équipe a relevé la tête et a transformé cela en opportunité. Agir et non réagir.

Accompagnés d'un consultant, les administrateurs, en collaboration avec la directrice générale, ont travaillé activement à élaborer un plan stratégique pour assurer la pérennité de l'institution. Première étape de ce processus : un diagnostic organisationnel issu d'entrevues individuelles avec des administrateurs, des employés, des clients et des partenaires du Musée. Cet exercice a permis d'identifier les défis et les enjeux prioritaires d'ici 2019-2020. La mission du Musée a été revue ainsi que la vision et les valeurs qui reflètent vraiment l'évolution de l'institution. Le plan stratégique 2017-2020, avec ses orientations et ces objectifs, ainsi que le nouvel organigramme, ont été présentés en avril 2017. Nous sommes très fiers du travail accompli et nous sommes persuadés que ces outils de gestion permettront au Musée de relever les défis financiers qui l'attendent afin de poursuivre sa croissance et son rayonnement dans le milieu. La recherche de partenaires financiers majeurs et récurrents est un des défis que la direction générale aura à relever au cours des prochaines années.



Reconnu pour son expertise unique au Québec, le Musée réalise des expositions itinérantes et gère leurs tournées depuis plus de 20 ans. À cet égard, le ministère de la Culture et des Communications nous a octroyé une aide financière triennale de 250 000 \$ pour développer des outils techniques et offrir des services-conseils pour soutenir la création d'expositions itinérantes dans le réseau muséal québécois. En toute fin d'année, le ministère de la Culture et des Communications annonçait un investissement de 50 000 \$ à la Société d'histoire de Sherbrooke pour développer un projet conjoint entre nous et le Musée des beaux-arts de Sherbrooke pour développer *Randonnée urbaine*. Cette application pour téléphone intelligent fera découvrir la ville de Sherbrooke en 75 points d'intérêts historiques, scientifiques et artistiques. Le Musée se voit confier le développement de l'application mobile.

Le Musée s'est distingué au Gala de la Société des attractions touristiques du Québec en recevant le *Prix Coup d'Éclat – Catégorie Projet de développement touristique* pour son simulateur de tremblement de terre. Une reconnaissance qui souligne la créativité et le savoir-faire d'une équipe passionnée qui renouvelle constamment son offre éducative et culturelle.

À l'automne 2016, un comité formé d'employés et de gestionnaires a commencé les travaux reliés à l'équité globale et salariale. Au 31 mars 2017, l'exercice était terminé et la négociation de la convention collective, échue depuis mars 2016, est prévue pour le mois de mai.

C'est à l'unisson que nous désirons remercier les employés, les bénévoles et les partenaires qui, depuis des années, dynamisent le Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke, lui donnent une âme et le rendent accessible. C'est avec beaucoup d'optimisme que nous sommes en route vers 2020, guidés par des objectifs ambitieux, certes, mais stimulants.

Nous remercions les administrateurs qui terminent leur mandat cette année : Anylène Carpentier, Ghislain Demers et Louise Gosselin. Nous saluons votre implication active et dévouée.

Chers membres, continuez à visiter votre musée, à partager vos découvertes et à parler de votre expérience à vos amis et votre famille. Vous êtes nos ambassadeurs !

Suzanne Bernard, présidente

Michelle Bélanger, directrice générale

PLAN STRATÉGIQUE 2017-2020

ORIENTATIONS

OBJECTIFS

ENJEU 1 | LA GESTION INTERNE

- | | |
|--|---|
| <p>① Mettre en place les conditions nécessaires pour devenir une organisation davantage performante et créative.</p> | <p>1.1 Réorganiser et alléger la structure et les processus de gestion.</p> <p>1.2 Valoriser et susciter l'innovation, l'esprit d'équipe et la collaboration.</p> |
|--|---|

ENJEU 2 | LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE DE SERVICES

- | | |
|--|---|
| <p>② Innover dans la mise en place de nouvelles activités attractives et immersives.</p> | <p>2.1 Élaborer et présenter une programmation annuelle attractive et immersive.</p> |
| <p>③ Renouveler l'offre de services des expositions.</p> | <p>3.1 Créer une exposition estivale à grand succès en 2020.</p> <p>3.2 Augmenter la conception et la réalisation d'expositions.</p> <p>3.3 Se doter d'un fonds de création pour développer l'innovation.</p> |

ENJEU 3 | LE POSITIONNEMENT ET LE RAYONNEMENT

- | | |
|--|---|
| <p>④ Consolider le positionnement et la notoriété du Musée.</p> | <p>4.1 Développer et mettre en œuvre une nouvelle stratégie marketing auprès de nos partenaires et clients.</p> |
| <p>⑤ Accroître notre réseautage et augmenter notre implication locale.</p> | <p>5.1 Augmenter nos partenariats avec les milieux scolaire, communautaire, des affaires et muséal.</p> |

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION & LA GOUVERNANCE

Les membres du Conseil d'administration sont des membres du Musée et sont élus à l'assemblée générale annuelle pour des mandats de deux ans. Les onze administrateurs sont des représentants engagés envers le Musée et proviennent de différents secteurs pertinents à la mission de l'institution.

Le Conseil d'administration doit s'assurer de la conformité de la gestion du Musée aux dispositions de sa constitution et de ses règlements. Le Conseil édicte les règlements et approuve les principales orientations et politiques du Musée liées à ses opérations. Il approuve le plan stratégique du Musée, les budgets, de même que les états financiers annuels.

Le Conseil d'administration a tenu dix assemblées ordinaires entre le 1^{er} avril 2016 et le 31 mars 2017. Les administrateurs se sont également réunis à deux reprises pour des journées de planification stratégique. Le Conseil a formé des comités afin de favoriser la prise de décision sur certaines questions. En 2016-2017, quatre comités ont été actifs :

- Comité d'audit interne;
- Comité planification stratégique;
- Comité organisateur de l'événement-bénéfices;
- Comité financement.



SUZANNE BERNARD, PRÉSIDENTE
RETRAITÉE

JEAN GOULET, VICE-PRÉSIDENT
VICE-RECTEUR



NICOLAS MICHAUD, TRÉSORIER
COMPTABLE

MARIE-JOSÉE MAYRAND, ADM
DIRECTRICE D'ÉCOLE

MANON DESAULNIERS, ADM
INGÉNIEURE

ANYLÈNE CARPENTIER, ADM
ENSEIGNANTE



DENIS L. BLOUIN, ADM
AVOCAT

CHARLES CUSTEAU, ADM
ENTREPRENEUR

BRUNO CHOQUINARD, ADM
INGÉNIEUR

GHISLAIN DEMERS, ADM
DESIGNER DE VIE

LOUISE GOSSELIN, ADM
RETRAITÉE

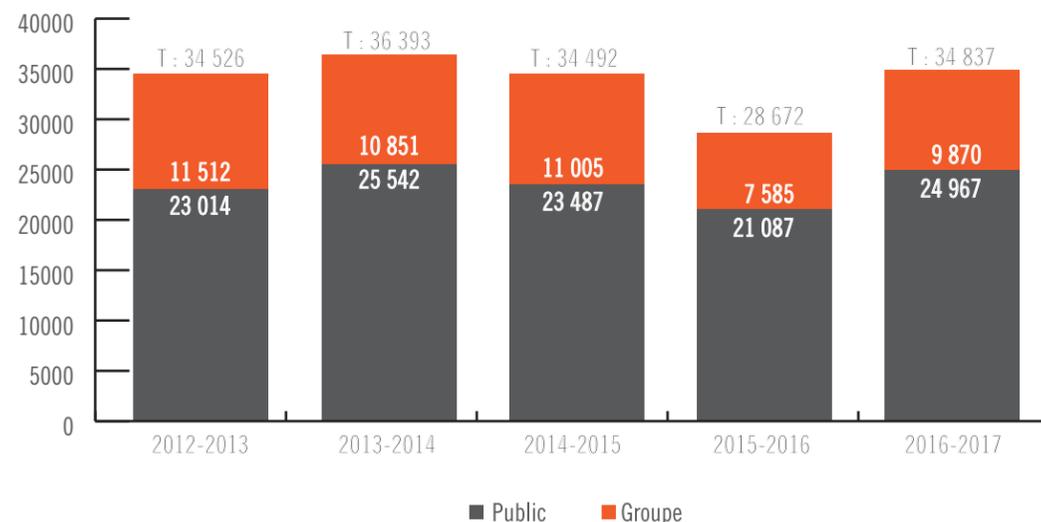
PLAN D'ACTION 2016-17 & ACHALANDAGE

En 2016, le ministère de la Culture et des Communications annonçait une refonte du Programme d'aide financière des institutions muséales. Cette aide financière vise à appuyer le Musée dans l'accomplissement de sa mission et la réalisation de son plan d'action qui est maintenant triennal.

Les objectifs du plan d'action 2016-2019 déposé au ministère sont :

- Accroître l'accessibilité, documenter et enrichir les collections du Musée;
- Réaliser trois expositions itinérantes et des programmes éducatifs en lien avec la mission du Musée;
- Collaborer à la production d'expositions, réaliser une exposition virtuelle et un projet de réalité augmentée;
- Accroître de 10 % la fréquentation intra et hors les murs;
- Positionner le Musée comme un lieu scientifique ouvert sur sa communauté;
- Assurer la pérennité des installations et poursuivre un modèle de gestion ouvert et transparent.

FRÉQUENTATION ANNUELLE



L'exposition estivale *La Petite vie* a grandement contribué à l'augmentation de **22 %** de la fréquentation de l'année 2016-2017 par rapport à l'année précédente. De juin à septembre 2016, nous avons accueilli **17 994** visiteurs comparativement à **12 553** à la même période en 2015 ; une augmentation de **43 %**. C'est en fait un **record d'achalandage estival** depuis 2010! Un sondage auprès des visiteurs a confirmé que l'exposition *La Petite vie* a permis de diversifier nos publics; **65 %** de la clientèle estivale était à sa première visite au Musée. La fréquentation des groupes scolaires a augmenté de **53 %** en 2016-2017 comparativement à l'année précédente (7 013 vs 4 583). Une augmentation de **16 %** des investissements en publicité et promotion et une présence accrue dans les médias sociaux et télévisés durant l'été ont également eu des retombées positives sur l'augmentation de la fréquentation. Après tout, la vie n'a pas été si petite au Musée l'été dernier!!!

RÉSULTATS FINANCIERS

Pour une deuxième année consécutive, les résultats financiers de 2016-2017 sont exceptionnels. Les revenus autonomes, liés à la fréquentation et aux secteurs de Production et Tournées, ont permis de dégager un excédent des produits sur les charges de **204 924 \$**.

La présentation de l'exposition *Cellules souches, pouvoir insoupçonné* dans trois centres de sciences de la Californie a augmenté considérablement les revenus du secteur Tournées. Des contrats privés ont permis au secteur Production de dégager des surplus de près de 33 000 \$. L'achalandage estival a eu des retombées positives sur les revenus autonomes du secteur muséal (droits d'entrée, boutique, services professionnels).

La Société québécoise des infrastructures a renouvelé le bail des locaux du 4^e étage pour une durée de cinq ans

Le cocktail-bénéfices, tenu le 9 novembre 2016, a réuni une centaine d'amis du Musée et a permis de générer des profits de 15 100 \$ qui ont été réinvestis dans le Fonds d'immobilisations. La nouvelle formule cocktail-dinatoire avec encan silencieux a été très appréciée des participants.



Les surplus générés en 2016-2017 ont été affectés à effacer le déficit cumulé, à accroître le Fonds d'immobilisations pour assurer la pérennité de l'immeuble et à démarrer le Fonds de création. Ce nouveau fonds permettra le développement d'activités novatrices en lien avec la mission du Musée.

RÉSULTATS	2016-2017	2015-2016
PRODUITS DU SECTEUR MUSÉAL		
Revenus de subventions		
Gouvernement du Québec	480 117 \$	486 575 \$
Ville de Sherbrooke	210 335 \$	205 755 \$
Destination Sherbrooke	174 413 \$	140 127 \$
Gouvernement du Canada	54 315 \$	44 015 \$
Organismes de la région	0 \$	10 312 \$
Total Revenus de subventions	919 180 \$	886 784 \$
Revenus autonomes		
Billetterie, membrariat, boutique	291 892 \$	209 962 \$
Location bureaux et salles	214 212 \$	218 154 \$
Commandites et dons	21 775 \$	34 190 \$
Autres (intérêts, ristourne)	33 927 \$	8 809 \$
Maison de l'eau	90 965 \$	98 091 \$
Total Revenus autonomes	652 771 \$	569 206 \$
TOTAL DES REVENUS	1 571 951 \$	1 455 990 \$

CHARGES DU SECTEUR MUSÉAL		
Rémunération et charges sociales	667 304 \$	627 318 \$
Entretien du bâtiment	290 821 \$	286 610 \$
Services informatiques	21 778 \$	23 163 \$
Publicité et promotion	78 217 \$	59 712 \$
Location et entretien des expositions	79 079 \$	49 973 \$
Frais administratifs	50 940 \$	34 762 \$
Boutique	34 578 \$	24 738 \$
Honoraires professionnels	16 956 \$	18 456 \$
Projets spéciaux et frais liés aux locations	24 161 \$	13 734 \$
Activités et accessoires d'animation	8 436 \$	10 093 \$
Formation, colloque et congrès	6 043 \$	3 141 \$
Dépenses totales Maison de l'eau	250 392 \$	238 218 \$
TOTAL DES CHARGES	1 532 179 \$	1 389 918 \$
Excédent du secteur muséal	43 246 \$	66 072 \$
Excédent du secteur production	32 279 \$	44 708 \$
Excédent du secteur tournées	129 399 \$	22 477 \$
EXCÉDENTS TOTAUX	204 924 \$	133 257 \$
Virement Fonds d'immobilisation	(122 000) \$	(80 000) \$
Virement Fonds de création	(45 000) \$	0 \$
Surplus applicable au déficit accumulé	(27 278) \$	(53 257) \$
(Déficit accumulé)	0 \$	(27 278) \$
EXCÉDENTS	10 646 \$	0 \$

OFFRE ÉDUCATIVE & CULTURELLE

Le rôle du Musée est d'inspirer, émerveiller et rendre accessible à chacun la découverte de la nature et des sciences. Ainsi, nous avons proposé tout près d'une cinquantaine d'activités éducatives et culturelles au cours de l'année 2016-2017. Le compte est facile : c'est pratiquement une par semaine! En collaboration avec **25** partenaires, les activités ont pris diverses formes : activités hors murs, sorties terrain et conférences scientifiques originales. Autant d'activités qui font revenir encore et encore petits et grands parce qu'ils se découvrent un intérêt inattendu pour les sciences et la nature! Tout cela entre autre grâce à la collaboration entre organismes scientifiques d'ici et du Québec.

Après plusieurs années d'absence, le simulateur de tremblements de terre est de retour grâce à la précieuse collaboration financière de Destination Sherbrooke. L'ajout d'un "petit frère" a ajouté encore plus de sensation : un simulateur de tornade! Nous pouvons maintenant dire que le rez-de-chaussée du Musée est une zone de "nature extrême", au grand plaisir des plus aventureux! En rotation saisonnière, les vitrines d'archéologie régionale, de minéraux et l'exposition de photographies liées à l'astronomie complètent l'expérience de visite d'un pas plus calme.

Le camp d'été *Musée-Nature-Sciences* pour les jeunes de 7 à 14 ans proposait des activités éclatées au Musée et à la Maison de l'eau. Par exemple, une nouvelle collaboration avec Sporobole, Centre en art actuel de Sherbrooke, initiait les jeunes au cinéma d'animation. Le camp d'été hebdomadaire a été offert durant quatre semaines.

La Semaine de relâche Desjardins a fracassé des records de visite en 2017 : **3 616** personnes ont participé aux activités ludiques et interactives développées par l'équipe d'animation.



ATTRAIT CULTUREL & TOURISTIQUE

Les expositions temporaires

La programmation de 2016-2017 a propulsé le Musée vers des sommets de fréquentation. En plus des deux expositions permanentes *Terra Mutantès* et *Alter Anima*, le Musée a présenté quatre expositions temporaires destinées à un public familial :

La Petite vie – 4 juin au 19 septembre 2016

Produite par le Musée québécois de culture populaire à Trois-Rivières, c'est sans contredit le succès de l'année. L'exposition nous replongeait dans l'univers de la famille Paré. Des animations éducatives et culturelles ont été développées spécialement pour l'exposition.

Les mondes de la nuit – 24 juin au 19 septembre 2016

Conçue et réalisée par l'équipe du Musée, l'exposition aborde ce qui se passe la nuit lorsque nous dormons. Elle mise sur l'ambiance claire obscure pour faire vivre une expérience amusante et enrichissante, empreinte de noirceur, de mystère et de peur... mais également d'émerveillement et de surprises!

Vaccins – 24 septembre 2016 au 9 janvier 2017

Produite pour le Musée Armand-Frappier, *Vaccins : explorer, comprendre, choisir* est une exposition scientifique visant à faire prendre conscience de l'importance de la vaccination. Un sujet d'actualité qui touche tout le monde!

Gemmes ou pas? Enquête scientifique – 14 janvier au 10 mai 2017

Sous forme d'enquête ludique, l'exposition *Gemmes, ou pas? Enquête scientifique* amène les visiteurs à mieux connaître les minéraux bruts, dont sont tirées les pierres taillées, les outils du gemmologue et quelques rudiments pour pouvoir différencier les vraies pierres gemmes des fausses.

DES FOUILLES ARCHÉOLOGIQUES D'IMPORTANCE

Deuxième année de trois saisons de fouille sur le site Kruger 2 de Bromptonville, l'intervention de l'été 2016 a été de nature académique et scientifique et visait à documenter le peuplement initial du haut bassin versant de la rivière Saint-François. L'intérêt pour ce site est directement lié à la présence de pointes et de forêts de type Plano datant d'il y a 10 000 ans. La découverte de plus de 6 000 os blanchis témoignant des repas pris sur le site nous informe sur les activités pratiquées par les occupants. De tels vestiges sont exceptionnels pour un site vieux de 10 000 ans! Leur analyse a permis de démontrer que la chasse était une activité importante pour les occupants du site qui ont principalement chassé le castor, mais également l'ours noir, le cervidé, la marmotte et le rat musqué. Plus exceptionnel encore, une dizaine de vertèbres de poisson ont été recueillis sur le site en 2016, ce qui est une première au Québec!

DES COLLECTIONS À PROFUSION!

Gestionnaire des collections, l'équipe soutient aussi les nombreuses activités et expositions réalisées par le Musée et d'autres partenaires.

Gestion et documentation des collections

Au cours de l'année 2016-2017, l'équipe de la conservation a investi une grande partie de son temps à la gestion et la documentation des collections qui comptent plus de **65 000** spécimens. En cours d'année, **562** nouveaux spécimens et **42** nouvelles photographies ont été ajoutés à la base de données du Musée et **2 007** ont fait l'objet d'ajouts d'informations ou de corrections. Au total, on dénombrait **24 825** spécimens dans la base de données au 31 mars 2017. Mentionnons également que plus de **4 300** artefacts archéologiques ont été traités.

D'autre part, **1 268** objets et spécimens des collections ont été mis en valeur dans les expositions et activités. De ce nombre, **91** ont été prêtés à d'autres institutions.

Plan culturel numérique du Québec

Le Musée a obtenu du ministère de la Culture et des Communications (MCC) une aide financière de **25 000 \$** dans le cadre du Plan culturel numérique du Québec pour le projet de numérisation *De la préhistoire à aujourd'hui : quatre corpus à découvrir*. Ce projet a permis de numériser **950** objets et spécimens de nos collections à valeur patrimoniale. Le résultat de ce travail est disponible dans les bases de données Info-Muse et Artéfacts Canada et elles seront bientôt mises en valeur dans le Répertoire du patrimoine culturel du Québec.

La contribution financière du MCC a également permis d'acquérir le logiciel Ultima qui permet l'informatisation des collections de sciences naturelles, d'archéologie, de photographies, d'objets de science et technologie et les fichiers de nature documentaire. Son implantation est prévue pour juin 2017.

Restauration

Un des deux Manchots royal a subi une restauration majeure au Centre de conservation du Québec. Il est d'ailleurs en exposition dans *Mondes de la nuit*. Des restaurations mineures ont également été apportées à une dizaine de spécimens des collections.

Acquisition

En 2016-2017, le musée a enrichi ses collections de **43** objets et spécimens, dont 95% sont des champignons, insectes, mammifères et amphibiens; des dons de chercheurs et mycologues de la région.

Services professionnels

Chaque année, l'équipe de la conservation répond à de nombreuses demandes externes, le plus souvent pour l'identification de spécimens, mais également pour des informations, des prêts ou des services professionnels. Cette année, des services de lyophilisation ont été rendus au Biodôme de Montréal pour l'exposition *Histoire de crottes* ainsi que pour la collection de chauves-souris du ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs du Québec. L'équipe a également collaboré aux montages d'expositions à la Galerie Foreman de l'Université Bishop.

La conservation se prête à l'art

Plusieurs de nos spécimens, et plus particulièrement notre ours blanc, ont servi de muse pour l'artiste-peintre sherbrookoise Beatrice Multhaupt. Une façon originale de mettre en vedette nos collections.



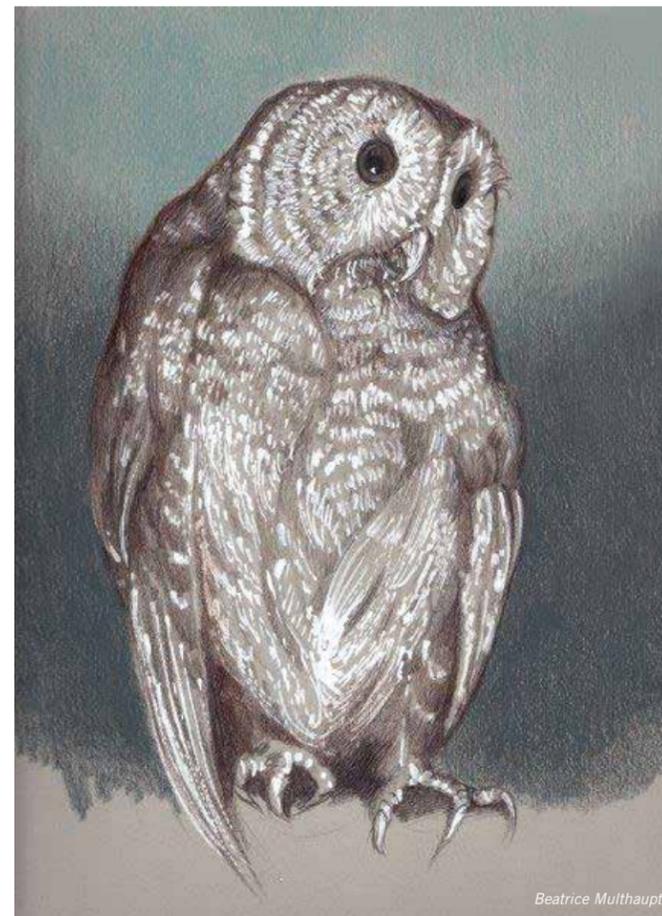
Crédit photo : Musée de la nature et des sciences



Crédit photo : Musée de la nature et des sciences



Crédit photo : Musée de la nature et des sciences



Beatrice Multhaupt



Beatrice Multhaupt



Beatrice Multhaupt

PROJETS DE L'ANNÉE

L'année 2016-2017 a été marquée par des projets très stimulants et novateurs qui ont mis à contribution la créativité, la passion et le savoir-faire des équipes chevronnées des secteurs *Production* et *Expositions*.

L'exposition *Mondes de la nuit* a ouvert au public le 24 juin 2016. Présentée tout l'été au Musée, elle a entrepris sa tournée canadienne en septembre. L'ambiance unique, les éclairages sombres et diffus et les sons mystérieux de la nuit ont grandement surpris le public sherbrookois. D'ailleurs, ils ne sont pas les seuls à avoir été charmés par *Mondes de la nuit*. Le personnel et le public du Musée minéralogique et minier de Thetford Mines et du Exploration Place en Colombie-Britannique ont été fascinés par l'ambiance, l'originalité et le sujet. L'exposition s'est d'ailleurs mérité le prix *Meilleure exposition – catégorie Petite exposition* de l'Association canadienne des centres de sciences en mai 2017.

En 2016, l'équipe a conçu le scénario, le design et le graphisme de l'exposition itinérante *Au Poil! L'exposition qui décoiffe*, qui sera présentée à l'été 2017.

L'année 2016 a été surtout marquée par la réalisation d'un projet de réalité augmentée, le premier de son genre réalisé par l'équipe du Musée! Ce projet des plus innovants intègre deux expériences de réalité augmentée dans l'exposition permanente *AlterAnima*.

Grâce à ce projet, notre équipe de développeurs a pu acquérir de nouvelles connaissances qui bonifieront sans aucun doute nos nouvelles productions et en feront même bénéficier nos futurs clients. Une expertise qui propulsera le Musée parmi les avant-gardistes des expériences muséologiques! Le projet a été rendu possible grâce à une subvention de 140 000 \$ du ministère de la Culture et des Communications, dans le cadre du Plan culturel numérique.

Le Musée a également travaillé sur la conception d'une exposition virtuelle sur le thème de l'archéologie préhistorique, *Archéo Saga*. Ayant obtenu une subvention de 222 210 \$ du programme du Musée virtuel du Canada, le projet se déroulera sur trois années financières, pour aboutir au printemps 2019.



Les mondes de la nuit
Crédit photo : Bruno Fraser

À l'automne 2016, le Ministère de la Culture et des Communications du Québec octroyait au musée une subvention de 250 000 \$, répartie sur trois ans. Cette subvention permettra à l'équipe de transmettre son expertise unique en itinérance d'expositions auprès des conseillers régionaux du ministère. Ce savoir leur sera utile afin de guider les institutions québécoises qui voudront déposer une demande d'aide financière pour des expositions itinérantes.

Finalement, durant l'année 2016-2017, l'équipe de production a réalisé onze contrats de petite envergure qui ont totalisé des revenus de 27 776 \$.

TOURNÉES D'EXPOSITIONS : UNE ANNÉE À SAVEUR CALIFORNIENNE!



L'année 2016-2017 a connu un achalandage record dans ses expositions itinérantes, notamment grâce à la présentation de *Cellules souches : Pouvoir insoupçonné* dans trois grands centres de science en Californie, en plus des autres expositions présentées au Canada. En effet, les expositions itinérantes du Musée ont été vues par **724 606** visiteurs! Le Musée a atteint et même dépassé son objectif de louer dix-huit expositions en une année, soit **21** locations dans **15** musées, **5** centres de sciences et **1** centre commercial. En tout, **4** provinces canadiennes ainsi que l'état de la Californie aux États-Unis ont vu passer nos expositions. Parmi ces lieux, **7** sont nouvellement clients. Le Musée a rayonné particulièrement au Québec, puisque plus de 62 % de ses expositions itinérantes ont voyagé sur le territoire québécois. L'originalité, mais également la versatilité et la superficie moyenne de nos expositions, en minorité sur le marché, sont les facteurs ayant le plus contribué à l'attraction de ces nouveaux clients. Bien sûr, la qualité de nos expositions et de notre service à la clientèle sont également des facteurs importants.

Depuis quelques années, le Musée donne un bon coup de main à plusieurs institutions en gérant la tournée de leur exposition : Boréal pour l'exposition *Génération, une histoire de famille*, la Corporation culturelle de Shawinigan pour *Histoires fantastiques, mythes et légendes de chez nous*, le Zoo de Granby pour *Illégal le trafic animal* et le Réseau des cellules souches pour *Cellules souches, pouvoir insoupçonné*. En 2016-2017, le Musée a ajouté une nouvelle collaboration avec le Musée Armand-Frappier pour la tournée de *Vaccins : explorer, comprendre, choisir*.

INSTITUTIONS CLIENTES 2016-17

Au Canada

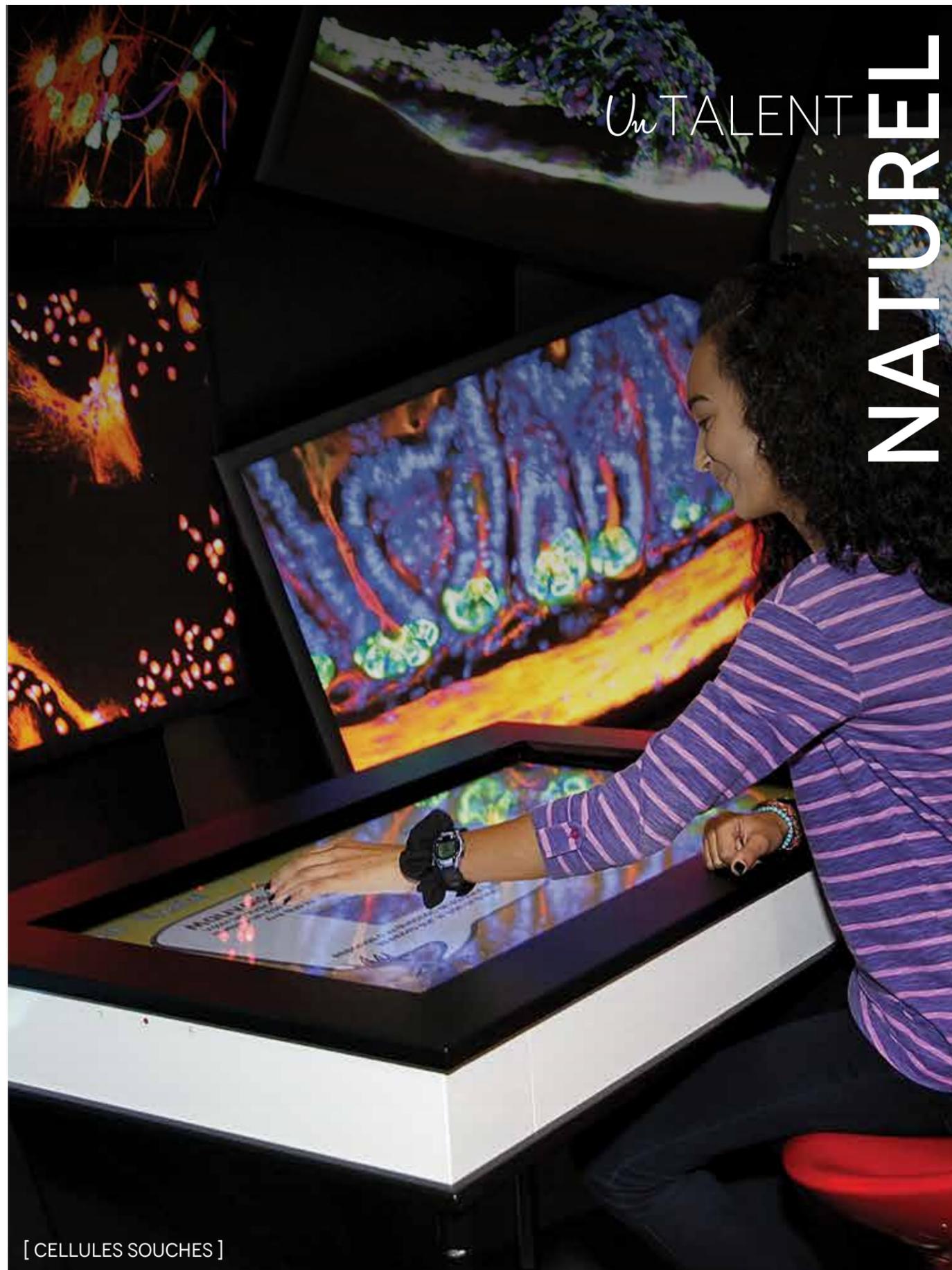
- Exploramer, QC
- Centre culturel Marie-Fitzbach, Saint-Georges-de-Beauce, QC
- Centre d'exposition de Val d'Or, QC
- Centre d'exposition Léo-Ayotte, Shawinigan, QC
- Centre des sciences de Montréal, Montréal, QC
- Exploration Place, Prince George, CB
- Markham Museum, Markham, ON
- Musée du Fjord, Saguenay, QC
- Musée Louis-Hémon, Péribonka, QC
- Musée québécois de culture populaire, Trois-Rivières, QC
- Musée minéralogique et minier de Thetford Mines, QC (2 locations)
- Place Resurgo, Moncton Museum, Moncton, NB
- Place Versailles, Montréal, QC
- Pump House Steam Museum, Kingston, ON
- RCMP Heritage Centre, Regina, SK

À l'international

- Reuben H. Fleet Science Center, San Diego, CA, États-Unis
- Lawrence Hall of Science, Berkeley, CA, États-Unis
- California Science Center, Los Angeles, CA, États-Unis

Expositions offertes en location 2016-2017

1. Cellules souches, pouvoir insoupçonné
2. Charabia animal, sous-titré pour les humains
3. Clovis – peuple chasseur de caribou
4. Eau vive
5. Génération, une histoire de famille
6. Histoires fantastiques, mythes et légendes de chez nous
7. Illégal, le trafic animal
8. Le match parfait : Sport Vs Science
9. Les mondes de la nuit
10. Vaccins : explorer, comprendre, choisir
11. Vrai ou Faux, sous la loupe de la science



[CELLULES SOUCHES]

PROMOTION & COMMUNICATION

Rappelons que toutes les actions de communication visent à faire du Musée un attrait incontournable sur la scène régionale, provinciale et progressivement nationale.

Les différentes actions promotionnelles et publicitaires de 2016-2017 ont permis de dépasser notre objectif de fréquentation pour l'exposition *La Petite Vie*. Les réseaux sociaux, les publicités télévisées et radio (TVA, Radio-Canada et Rythme FM) ainsi que les panobus de la Ville de Sherbrooke et les médias écrits ont joué un rôle important pour accroître la visibilité du Musée.

Parmi les outils de promotion, on compte le site internet, les infolettres, les publicités dans les guides touristiques en plus de plusieurs plates-formes web régionales et provinciales. Un réseau de diffuseurs publie également notre programmation de façon régulière via leurs sites internet ou encore leurs infolettres. Un dépliant de la programmation saisonnière est imprimé à plus de 15 000 exemplaires qui sont distribués dans le Réseau @l'Affiche2000 ainsi que dans plusieurs bureaux ou centres d'informations touristiques à travers les Cantons de l'Est, dans la grande région de Montréal, de Québec sans oublier Drummondville et les environs.

La brochure éducative, regroupant les animations et les activités proposées, a complètement été revue pour être distribuée dans plusieurs écoles et centres de la petite enfance. Une soirée VIP dédiée aux enseignants a été organisée à l'automne 2016.

Les expositions et les activités offertes sont aussi promues par d'autres moyens :

- Conférences de presse pour lancer les programmations saisonnières la semaine de relâche Desjardins et inaugurer les nouvelles expositions;
- Kiosque d'animation du Musée lors d'événements spéciaux comme le Salon du livre de l'Estrie et Expo-Science;
- Festival Eurêka de Montréal;
- Publicité dans des journaux régionaux et des magazines;
- Nombreux partenariats et promotions croisées;
- Chèques-cadeaux et entrées gratuites offerts pour soutenir de nombreux événements-bénéfices.

Les réseaux sociaux

Le Musée intervient régulièrement sur les réseaux sociaux (Facebook, Google + et Twitter). Ces médias électroniques sont devenus la voie la plus directe pour rejoindre la clientèle d'adolescents, de jeunes adultes et même les plus âgés. Les stratégies de communication tiennent maintenant compte de cette stratégie et l'utilisent de plus en plus.

LA MAISON DE L'EAU

En 2015, le Musée se voyait confier par Destination Sherbrooke la gestion de la Maison de l'eau du parc Lucien-Blanchard. Lieu de découvertes centré sur l'éducation et la sensibilisation à la nature, la mission de la Maison de l'eau complète parfaitement celle du Musée.

En mai 2016, la phase deux du projet d'aménagement a été complétée. Réalisée par le Musée, l'exposition permanente *Vivant en bibitte!* occupe tout l'espace, du rez-de-chaussée au deuxième étage. L'exposition présente la faune que l'on trouve dans la région de Sherbrooke et fait découvrir le réseau de parcs nature de la Ville. *Vivant en bibitte!* propose aussi des interactifs adaptés à la clientèle familiale et des programmes d'animation conçus pour les différents groupes d'âge.



Vivant en bibitte
Crédit photo : Jocelyn Riendeau

Les partenariats & l'offre de services

Les partenariats avec le Club nautique de Sherbrooke et l'École de surf à pagaie O'SUP permettent la location d'équipements nautiques : pédalos, canots, kayaks, planches à pagaies, chaloupes et ballons géants. L'hiver, des vélos des neiges (fatbikes) et des trottinettes des neiges sont disponibles en location pour le plaisir de tous. Une boutique ainsi qu'un comptoir alimentaire complètent l'aménagement des lieux.

Offre éducative et culturelle

En 2016, de nouvelles activités éducatives ont été développées pour intégrer les thématiques de la phase deux de l'exposition permanente. Le programme éducatif de la Maison de l'eau est en lien avec l'environnement naturel du site et il est complémentaire à celui offert au Musée.

Plusieurs partenariats, entre autres Cardio Plein air, Les mardis actifs, l'Association forestière du sud du Québec et Sciences pour tous, ont permis de diversifier l'offre culturelle. En 2016-2017, en plus de la Fête des bibittes, cinq événements grand public et trois conférences ont été présentés à la Maison de l'eau.

Résultats financiers et achalandage

La Maison de l'eau permet au Musée d'élargir son mandat de vulgarisation et de réaliser sa mission hors ses murs. Elle permet également de consolider deux emplois permanents.

	2016-2017	2015-2016	% Var
Revenus	250 628 \$	238 218 \$	5 %
Dépenses	250 289 \$	238 218 \$	5 %
Excédent	339 \$	0 \$	

- En 2016-2017, 30 501 personnes ont découvert l'exposition permanente.
- En 2016-2017, près de 900 jeunes ont profité d'une animation éducative.
- Le centre de location d'équipement nautique a enregistré 2 431 locations de juin à septembre 2016.
- Une centaine d'utilisateurs ont profité des équipements en location durant la saison hivernale (trottinettes et vélos des neiges).

L'ÉQUIPE

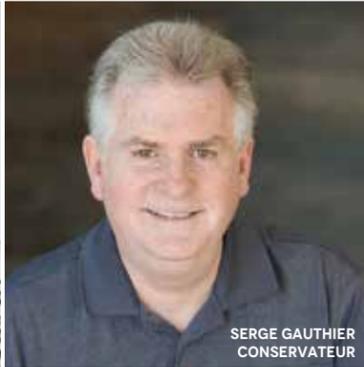
2016-17



MICHELLE BÉLANGER
DIRECTRICE GÉNÉRALE



FANNY BLUTEAU
DIRECTRICE ÉDUCATION
ET SERVICES À LA CLIENTÈLE



SERGE GAUTHIER
CONSERVATEUR



MARIE-CLAUDE LETARTE
DIRECTRICE DE LA PRODUCTION



GUYLAINE RUEST
RÉGISSEURE



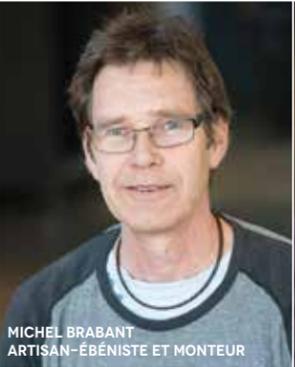
JULIE SHAFFER
DIRECTRICE DES EXPOSITIONS



MARIE-CLAUDE BEAULIEU
ASSISTANTE ÉDUCATION
ET SERVICES
À LA CLIENTÈLE



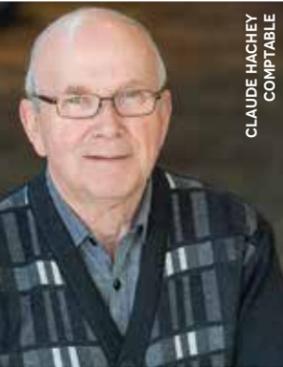
WILLIAM BEAULIEU
ASSISTANT TECHNIQUE



MICHEL BRABANT
ARTISAN-ÉBÉNISTE ET MONTEUR



MICHEL BROCHU
ARTISAN-ÉBÉNISTE ET MONTEUR



CLAUDE HACHEY
COMPTABLE



CAROLINE HARVEY
DESIGNER



LUC LAPOINTE
DÉVELOPPEUR INFORMATIQUE ET MONTEUR



MANON LEBEAU
COORDONNATRICE DES TOURNÉES



CHRISTIAN LESCOP
ARTISAN-ÉBÉNISTE ET MONTEUR



MANON BUREAU
RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS



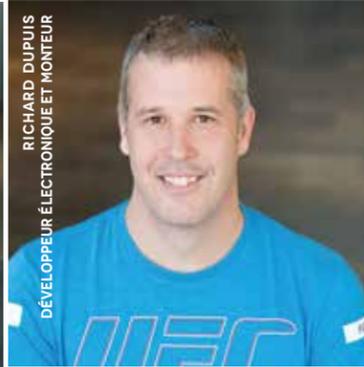
MARIE CHAPDELAINÉ
TECHNICIENNE AUX COLLECTIONS



KATY CRÉPEAU
SPÉCIALISTE COMMUNICATION SCIENTIFIQUE



NICOLAS DE CRISTOFARO
ARTISAN-ÉBÉNISTE ET MONTEUR



RICHARD DUPUIS
DÉVELOPPEUR ÉLECTRONIQUE ET MONTEUR



SYLVAIN LESSARD
TECHNICIEN AUX COLLECTIONS



CAROLINE LOUISET
GRAPHISTE



PIERRE MARCOTTE
ANIMATEUR



GILLES NOËL
ARTISAN-ÉBÉNISTE ET MONTEUR



ÉRIC GRAILLON
ARCHÉOLOGUE ET ANIMATEUR



AURÉLIE GAUTIER
ANIMATRICE



VÉRONIQUE PIATERA
ANIMATRICE



DANIEL PLANTE
ASSISTANT TECHNIQUE



ANNE-MARIE ROBITAILLE
ANIMATRICE



VALÉRIE ROY
ANIMATRICE



SUZAN TAYLOR
COORDONNATRICE DES TOURNÉES



MANON TRÉPANIÉR
ADJOINTE À LA RÉGISSEURE