



ASSOCIATION
DES MUSÉES
CANADIENS

Présentez une demande dès maintenant!

De nos jours, il existe d'excellentes formations en ligne et grâce aux bourses de l'AMC, vous n'avez pas besoin d'assister à un congrès professionnel pour être appuyé en matière de développement professionnel.

L'AMC offre trois types de bourses : des bourses pour assister à des congrès professionnels, des bourses pour les gens à mi-carrière, et des bourses pour les professionnels en début de carrière.

Plus d'informations :
musees.ca/site/bourses
bourses@musees.ca

Cette initiative est rendue possible grâce au généreux soutien du ministère du Patrimoine canadien.

THE VOICE OF CANADA'S MUSEUM COMMUNITY
LA VOIX DE LA COMMUNAUTÉ MUSÉALE CANADIENNE

Being an Emerging Museum Professional in Prince Edward Island

Johanne Vigoreault

La réalité des professionnels émergents des musées

For many people, when they hear "emerging museum professional" they picture a person between 20 and 30 years old. But age is not always a factor here. In my opinion, the word "emerging" refers to the novelty of the job. A person can be considered an emerging museum professional more than once in their career because of a change in positions, in the type of institutions or in the regions where they work. In fact, the term is most often used to designate museum professionals who have less than 5 years of experience in the sector. There is a strong presence of emerging museum professionals in Prince Edward Island due to the seasonality of most institutions, many of which are not always able to rehire the same people from one year to the next. Some of these museums and heritage sites lack the budget to hire an employee all year long.

Lorsqu'ils entendent l'expression « professionnels émergents des musées », bien des gens s'imaginent des personnes dans la vingtaine. Or, l'âge n'entre pas toujours en ligne de compte. D'après moi, le terme « émergent » renvoie au caractère nouveau de l'emploi. Une personne peut être considérée comme un professionnel émergent plus d'une fois au cours de sa carrière si elle change de poste, de type d'institution ou de région. En réalité, ce terme est toutefois utilisé le plus souvent pour désigner les professionnels qui comptent moins de cinq ans d'expérience dans le secteur des musées. On constate une forte présence de professionnels émergents à l'Île-du-Prince-Édouard en raison de la saisonnalité de nombreux établissements, dont beaucoup ne peuvent pas recruter de personnel à temps plein.

SANS ARTIFICE

UNE ANNÉE EN TRANSITION

2021

RAPPORT ANNUEL DE L'AMC 2021

beginning to age. A percentage of them are considering retirement in the near future, which means more available positions for emerging museum professionals. In the last year, the Prince Edward Island Museum and Heritage Foundation, which administers the province's museological collection and 7 sites, has seen quite a few changes in its staff. The winter où le musée est fermé a un effet dissuasif sur de nombreux professionnels, en particulier ceux qui souhaitent fonder une famille ou acheter une maison. Par ailleurs, il y a des employés permanents qui travaillent tout l'année.

Sommaire

MESSAGE DU PRÉSIDENT	3
MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL.....	4
ACTIVITÉS : UNE ANNÉE DE BOULEVERSEMENTS, UNE ANNÉE DE CHANGEMENTS	5
APERÇU FINANCIER.....	26
COMMUNICATIONS : ACCROÎTRE NOTRE PRÉSENCE	11
ADHÉSIONS : NOUS SOMMES ICI POUR VOUS.....	16
JEUNESSE CANADA AU TRAVAIL : FAIRE CROÎTRE LES CARRIÈRES DEPUIS 25 ANS.....	19
RÉCONCILIATION: ALIGNER LES MUSÉES AVEC LA DNUDPA	23
REMERCIEMENTS.....	27



Message du président

Nous intitulos notre rapport annuel de 2021 *Sans artifice : Une année de transition* pour deux raisons : *sans artifice* parce que nous avons connu une année difficile, et *année de transition* parce que, bien que difficile, ce fut une année d'espoir, de progrès et de changement bénéfique.

L'AGA de l'an dernier a vu l'élection d'un conseil élargi avec de nombreux nouveaux membres. Nous avons vu notre rôle de gouvernance comme un partenariat avec la direction et le personnel, et l'établissement d'une orientation stratégique. Nous avons également, au nom des membres, supervisé les progrès accomplis. Au cours de cette année, nous avons recherché des possibilités de promouvoir un changement culturel, tant au sein de l'AMC qu'au sein du secteur des musées dans son ensemble.

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec le personnel, sous la direction de Massimo Bergamini, à établir des priorités pratiques et pragmatiques. Nous nous sommes d'abord concentrés sur la consolidation des fondements de l'organisation, puis nous avons travaillé à lui assurer une viabilité durable. Nous avons bien évidemment toujours travaillé dans l'optique de notre vision : *Des musées plus forts. Des citoyens engagés. Un Canada meilleur.*

J'aimerais remercier les membres du conseil bénévoles pour leur temps, leur engagement, leur patience et leur ambition de construire ensemble un lendemain meilleur. Faire la connaissance de ces personnes dévouées et aimables a été pour moi un des temps forts de l'année. Sachez que notre association est bien servie par ce conseil.

Nous avons également soutenu les efforts du personnel pour favoriser un changement culturel, démarrer le processus



de reconstruction et cultiver des relations importantes avec beaucoup des membres de notre communauté, dont des particuliers et des établissements membres, avec nos commanditaires motivants, les non-membres, les associations des musées provinciales et territoriales et le gouvernement du Canada.

Dernier point, mais non des moindres, nous avons pris l'initiative de préparer le terrain pour des conversations difficiles mais nécessaires au sein de la communauté muséale sur le rôle de notre secteur dans le soutien d'une société inclusive qui respecte, apprécie et promeut la diversité, la justice sociale et climatique, et la Réconciliation.

J'aimerais profiter de l'occasion pour reconnaître la sérénité et la persévérance de Massimo au moment où nous cherchions ensemble à faire de l'AMC une association avec laquelle les gens veulent travailler, et une organisation pour laquelle les gens veulent travailler. Tout au long de 2021, nous avons réalisé des progrès substantiels vers la réalisation de ces objectifs.

Au moment où prend fin mon mandat de président de l'AMC, je veux également vous remercier, vous, nos membres, pour votre soutien, vos commentaires et votre encouragement tout au long de l'année. Oui, beaucoup de travail reste à faire, mais les premières étapes vers la reconstruction de nos fondations sont manifestement en cours. Je tiens à remercier Massimo, mes collègues du conseil et les membres de l'AMC pour leurs idées, leur aide et leur soutien au cours de ce qui a véritablement été « une année de transition ». J'attends avec impatience les 75 prochaines années.

Michael Wallace
Président de l'AMC



Message du directeur général

Le choix de *En toute franchise* comme titre du Rapport annuel de 2021 de l'Association des musées canadiens s'inscrit dans la foulée du thème tout aussi [dérangeant] [provoquant] du Congrès annuel 2022 de l'AMC :

Démanteler les fondations pour construire un avenir meilleur.

Et ce n'est pas une coïncidence; chacun à leur manière, les deux titres voulaient faire réfléchir le public.

Les rapports annuels tendent à présenter l'organisation sous le plus beau jour possible, ce qui est un objectif légitime lorsqu'on essaie de maximiser la valeur pour l'actionnaire ou la confiance des parties prenantes. Mais quand l'organisation est en crise et que la dissolution est une des options que *doivent* envisager sa direction et son Conseil, une vérité sans fard est nécessaire.

Il ne fait aucun doute que la pandémie a amplifié et accéléré la crise, mais les défis auxquels est confrontée l'organisation aujourd'hui — finances, réputation, administration — sont antérieurs à la pandémie de COVID-19 et remontent en fait à plusieurs années.

La réalité objective est qu'en 2021 et en 2020 (et vraisemblablement en 2019 et auparavant), l'AMC a été techniquement insolvable. Et tandis que l'AMC a peut-être été en mesure d'honorer ses obligations en matière de flux de trésorerie grâce à des subventions gouvernementales permanentes, l'incapacité d'augmenter ses recettes pour suivre le rythme de l'inflation et les attentes changeantes du « marché » (Ont.) a entraîné une érosion constante de sa capacité et donc de sa proposition de valeur.



Photo — Jean-Marc Carisse

L'AMC fait partie du paysage artistique et culturel du Canada depuis 75 ans. Pendant une grande partie de ce temps, elle a joué un rôle central dans la défense des intérêts de la communauté muséale canadienne. Mais à l'aube de sa 76^e année, l'AMC est confrontée à la sorte de défis qui exigeront, pour les surmonter, des objectifs clairs et une grande solidarité.

Le bilan financier de l'AMC est plus solide aujourd'hui que depuis bien des années, en grande partie grâce à une réduction des dépenses non durables, mais une incertitude chronique demeure du côté des recettes.

Depuis notre dernière Assemblée générale annuelle, le Conseil et le personnel de l'AMC ont cherché avant tout à aider l'organisation à retrouver ses repères. Cela a signifié renouer des liens avec ses membres, rétablir des

relations tendues avec des partenaires à l'intérieur et à l'extérieur de notre communauté, résoudre des difficultés financières chroniques et lui redonner un sens du devoir.

Avons-nous fait assez? À ce stade, tout ce que je peux affirmer avec certitude, c'est que l'AMC a survécu à 2021 pour poursuivre le combat.

Enfin, que l'AMC se lance ou pas dans un autre voyage de 75 ans dépendra de la volonté et du jugement de ses membres et de sa communauté, ce qui est dans l'ordre des choses.

Massimo Bergamini
Directeur général et PDG (par intérim)



ACTIVITÉS



Une année de bouleversements, une année de changements

Comme l'écrivait Charles Dickens dans *Le Conte de deux cités*, « C'était le meilleur et le pire des temps », 2021 a été une année de problèmes et d'adversité pour l'AMC, mais également une année de renouveau.

SOUS UN NUAGE

L'AMC est entrée dans cette année étant toujours confrontée à l'incidence de la COVID-19, obligée de réinventer beaucoup de ses opérations avec un personnel travaillant depuis son domicile et s'efforçant d'atteindre un équilibre entre le travail et la vie personnelle.

Il y avait évidemment des nuages à l'horizon : le nombre de membres diminuait depuis 2018, de plus en plus de membres étaient insatisfaits des résultats de l'AMC et les finances de l'organisation étaient dans une situation alarmante.

Un bon nombre de personnes de la communauté muséale et patrimoniale avaient le sentiment que l'AMC était à un tournant et qu'il était impératif de changer de cap.

Le moment s'est présenté à l'AGA, où un mouvement mené par des membres visant à changer le statu quo a amené au Conseil une majorité de nouveaux membres focalisés sur un changement de culture.

UN NOUVEAU LEADERSHIP

Le nouveau Conseil s'est formé autour d'une vision de l'AMC comme une organisation davantage responsable devant les membres, au fonctionnement plus transparent, tenant davantage compte de la diversité de la communauté muséale, et des divers points de vue.

Accentuant et accélérant le processus de changement, l'arrivée d'un Conseil largement nouveau a également coïncidé avec le départ prévu du PDG de l'AMC à la fin de juin, suivi quelques jours plus tard du départ à la retraite de la chef de l'exploitation, qui occupait depuis longtemps ce poste.

Massimo Bergamini, cadre expérimenté des associations et des affaires publiques, qui avait été retenu en mars pour soutenir l'organisation avec un contrat à temps partiel à court terme à la suite du départ du directeur adjoint des Affaires publiques, s'est vu demander par le président du Conseil d'assumer la gestion du personnel de l'organisation pour un intérim de six mois.

PROBLÈMES ANCIENS

Il est vite devenu évident pour le nouveau Conseil que les problèmes profondément enracinés auxquels est confrontée l'AMC remontent non seulement loin dans le temps, mais sont maintenant incrustés dans presque tous les aspects de ses opérations.

Tout d'abord, le modèle d'affaires de l'AMC reposait depuis des années sur des programmes de financement fédéraux continus ainsi que sur les fonds administratifs associés que l'association pouvait affecter aux dépenses de base.

Le PDG par intérim déclarait aux membres du Conseil d'administration lors de leur première rencontre en août :

« ...la base financière de l'AMC repose sur l'hypothèse que le gouvernement lui accordera des subventions constantes et exceptionnelles. Une subvention supplémentaire de JCT d'environ 5M\$ confirmée en juin, et les 500K\$ pour couvrir les frais généraux administratifs devraient — tout dépendant du moment où sera versée la deuxième tranche ainsi que du versement d'autres paiements intermédiaires dus aux 3^e et 4^e trimestres — permettra à l'organisme d'éviter des mesures de gestion de trésorerie d'urgence et de terminer l'exercice financier 2021 avec un léger excédent de fonctionnement.

Néanmoins, cela ne doit en aucune façon occulter la fragilité et la non-viabilité de la situation financière et opérationnelle de l'AMC. La subvention salariale d'urgence due au COVID de 350K\$ reçue cette année signifie que, toutes choses étant par ailleurs égales, l'AMC commence l'année 2022 avec un déficit d'exploitation de 375K\$.¹ »



Aggravant la précarité de la situation financière de l'AMC, l'organisation a terminé l'année précédente avec une réserve de liquidités d'exploitation non affectées de moins de 180K \$ — bien en deçà du seuil recommandé pour les organismes sans but lucratif de trois à six mois de coûts d'exploitation. Bref, si aucune mesure corrective radicale n'est prise, l'organisation ne sera pas en mesure de poursuivre ses activités en 2022.

MARGE DE MANOEUVRE RÉDUITE

Au mois d'août, face aux défis financiers exceptionnels auxquels est confronté l'AMC, et avec l'accord du Conseil d'administration, la direction n'a eu d'autre choix que de geler toutes les dépenses discrétionnaires. Cela signifiait que les postes vacants des principaux cadres, particulièrement au niveau de la direction, n'ont pas été pourvus et que toutes les autres dépenses ont été réduites au maximum.

Par conséquent, les dépenses générales ont été de presque 300K \$ inférieures d'une année sur l'autre, et de presque 70K \$ inférieures au budget prévu, tandis que les salaires et les charges sociales étaient d'environ 600K \$ inférieurs à ce qui avait été budgété.

Le gel des embauches et des dépenses, bien que nécessaire, a apporté son lot de défis.

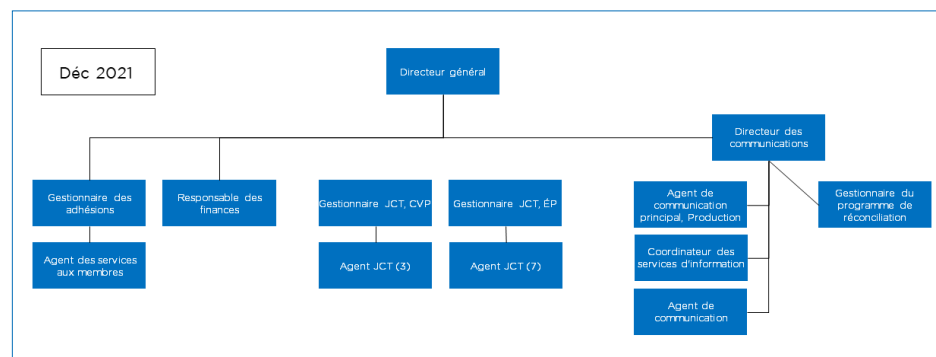
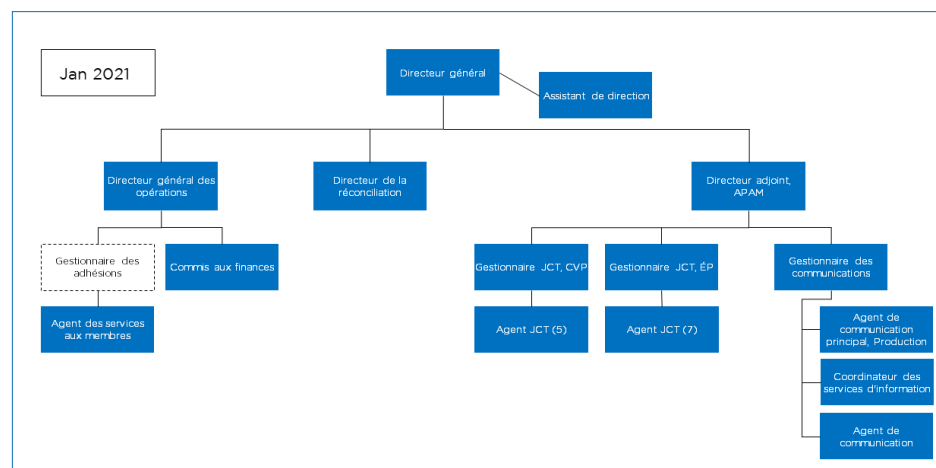
Alors que l'organisation continuait de fournir des services et avantages habituels, comme la publication du magazine Muse, la revue quotidienne des médias et l'envoi d'un bulletin d'information bihebdomadaire, tout en s'efforçant d'améliorer ses relations avec ses membres et les intervenants, l'austérité auto-imposée a durement touché le personnel.

Le Conseil d'administration, convaincu que la situation financière de l'AMC s'était suffisamment améliorée pour lui permettre de poursuivre ses activités, a autorisé en décembre de nouvelles dépenses modestes pour permettre

l'embauche d'une chef de l'exploitation et de pourvoir un poste de chargé des politiques et de la recherche — deux postes d'importance stratégique.

Note

1. Le montant réel reçu en 2021 selon les états financiers vérifiés de l'AMC s'élevait à 464K \$



Redéfinir la proposition de valeur de l'AMC...

... EN ÉCOUTANT NOTRE COMMUNAUTÉ

La restructuration de l'organisation qui a lieu a été motivée par un sentiment d'urgence financière, mais elle a également été informée par le fait qu'on savait que la durabilité à long terme était basée sur une redéfinition réussie de la proposition de valeur de l'AMC.

Certains peuvent voir dans la fragilité financière de l'AMC — y compris le besoin chronique de financement gouvernemental — la cause de ses difficultés actuelles, mais il vaut probablement mieux y voir un signe d'une pertinence moindre sur le marché et s'attaquer directement à ce problème.

En novembre, nous avons sondé les membres actuels et anciens de l'AMC pour connaître leur perception des soucis et des priorités de l'AMC, et déterminer ce qui fonctionnait et ne fonctionnait pas de leur point de vue. Les résultats étaient instructifs et donnaient à réfléchir, mais ils étaient également encourageants.

D'abord, la participation a été exceptionnelle, plus de 400 membres actuels ou anciens de l'AMC ayant répondu au sondage, plus de 180 ayant fourni des suggestions concrètes et sans fard sur la façon dont l'organisation pourrait améliorer ses performances, et environ 130 ont accepté de participer à des panels en ligne réguliers conçus pour connaître les points de vue des membres tout au long de l'année.

Alors que 23 pour cent des participants ont dit qu'ils étaient plutôt ou très insatisfaits, une nette majorité — 58 pour cent — des sondés ont dit qu'ils étaient très ou plutôt satisfaits de leur appartenance à l'AMC.

On a demandé entre autres aux membres de déterminer ce qu'ils appréciaient le plus dans l'ensemble des services et des avantages de l'AMC. La plupart, soit 34 pour cent (Ont.) indiqués que la défense de leurs intérêts auprès du gouvernement était le plus grand avantage de l'adhésion. Et 60 pour cent ont précisé que la défense de leurs intérêts pour obtenir un soutien accru du gouvernement était leur priorité.

C'est là un message particulièrement important à l'adresse de l'AMC de la part de sa communauté, car l'organisation travaille à mieux faire connaître son rôle et sa proposition de valeur.

Il est prévu d'utiliser le sondage de novembre comme référence

pour tester les perceptions du rendement et des résultats de l'AMC. Cela fera partie d'un plan officiel de connaissance du marché que le personnel devrait déployer à partir du 3^e trimestre 2022.

Dans le cadre de cet effort délibéré pour mieux connaître la perception que la communauté a de l'AMC, les envois postaux pour le renouvellement des adhésions comportent maintenant un message du PDG invitant les membres à le contacter directement pour discuter de ce que l'organisation fait bien et de ce qu'elle ne fait pas assez bien.

Des cercles virtuels d'écoute des membres, où ils peuvent s'exprimer sur les problèmes urgents de défense des intérêts et relatifs aux politiques, pour obtenir des conseils sur la meilleure façon de renforcer l'AMC, sont prévus pour 2022.

... ET EN PRENANT DES MESURES

En plus de demander aux membres de définir une façon d'aller de l'avant qui corresponde mieux à leurs préoccupations immédiates, à leurs besoins et à leurs attentes, des mesures concrètes ont été prises pour rétablir et resserrer les relations avec la communauté dans son ensemble, tout en réagissant aux nouvelles priorités.

La priorité la plus importante tant pour le personnel que pour les membres du Conseil a été de rétablir les relations avec les partenaires des associations de musées provinciales et territoriales

On peut faire davantage — et on fera davantage — pour mettre en place un cadre régissant les relations qui soit véritablement synergique, mais nous voulons reconnaître et saluer la collaboration chaleureuse et professionnelle qui caractérise le travail à notre ordre du jour commun : favoriser les intérêts de la communauté muséale et patrimoniale du Canada.

Une idée du rôle que peut jouer une AMC revigorée pour rassembler la communauté et promouvoir des actions communes s'est manifestée en août après la chute de Kaboul aux mains des Talibans, lorsque l'AMC a répondu à un appel à l'action urgent de certains de ses membres pour contribuer à assurer un passage sûr pour un groupe de militants afghans des droits de la personne et de professionnels afghans des musées.

Un élément clé de la nouvelle proposition de valeur de l'AMC doit être sa capacité d'être un chef de file pour le secteur.



L'AMC ne pourra jamais être une voix du progrès et du changement crédible au sein de notre communauté si elle n'adhère pas aux principes qu'elle défend en public. Qu'il s'agisse de lutter contre les changements climatiques ou de promouvoir l'inclusion et la diversité, ou encore de rechercher l'excellence dans les activités professionnelles, l'AMC doit s'efforcer de les incarner dans tout ce qu'elle fait.

Un des domaines où l'AMC a pris du retard, non seulement par rapport au secteur, mais également par rapport à de nombreuses organisations de taille similaire, est celui des ressources humaines et de la valeur qu'elle accorde à la création d'un environnement de travail sain et respectueux. Il ne s'agit pas seulement d'un impératif moral, mais si elle devait faillir à cet égard cela minerait la capacité de l'organisation d'offrir une véritable valeur à ses membres.

Des démarches sont en cours, notamment un déménagement dans un nouvel environnement de travail hybride et moderne, pour faire passer la culture d'entreprise de l'organisation d'un modèle très hiérarchisé à un modèle plus égalitaire, et qui encourage et récompense l'initiative et l'excellence personnelle et collective.

Les négociations pour une nouvelle convention collective débiteront sérieusement en août 2022. Ce sera l'occasion pour la direction et les employés de collaborer selon un modèle pluriannuel qui abordera les disparités en matière de rémunération

et récompensera l'excellence tout en tenant compte des contraintes financières auxquelles l'organisation est confrontée.

PRENDRE LE VIRAGE

Le succès de l'année 2021 ne se mesurera pas au nombre de réunions tenues ou à celui des interviews accordées aux médias, ou par tout autre paramètre transactionnel, mais par l'élimination progressive d'un statu quo qui était en voie d'enlever toute pertinence à l'organisation.

Dans la mesure où il y en a eu, les succès de cette année témoignent du dévouement et du talent de notre personnel, ainsi que de la vision et du soutien du nouveau Conseil.

Comme nous en avertit le proverbe, « une hirondelle ne fait pas le printemps », mais les signes de renouveau sont bien visibles autour de nous, y compris, surtout, le fait que les adhésions non seulement ont cessé de chuter mais que la tendance a été inversée.

Au cours des prochaines années nous devons être en mesure de faire coïncider les priorités communautaires et les ressources de l'association avec des objectifs, des plans d'action et des responsabilités crédibles. Cela exigera une transparence constante dans la gestion, la gouvernance et la prise de décision. Mais, par-dessus tout, cela nécessitera d'être capable d'avoir des conversations difficiles et de s'écouter les uns les autres dans le respect.

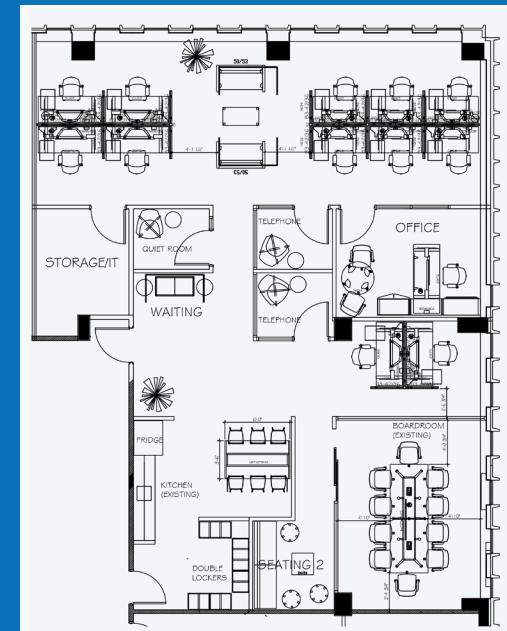
UNE NOUVELLE ADRESSE POUR UN NOUVEAU LIEU DE TRAVAIL ET UNE NOUVELLE CULTURE ORGANISATIONNELLE

Après 40 ans de travail au-dessus de l'emblématique Colonnade Pizza de la rue Metcalfe, à Ottawa, l'AMC déménage. Et son personnel dit peut-être adieu à la meilleure pizza en ville, mais il acquiert de nouveaux locaux convenant parfaitement au travail sur Zoom d'aujourd'hui.

La décision de déménager a été prise dans le sillage de la pandémie et du bouleversement consécutif du milieu de travail. Les plus de 25 employés de l'AMC travaillaient à distance depuis plus d'un an et, lorsqu'on les a sondés à l'automne, ils ont répondu presque à l'unanimité qu'ils ne voulaient pas retrouver leur ancien modèle de lieu de travail.

La combinaison de la COVID-19, de l'expiration de l'ancien bail et des taux de location exceptionnels de l'ère de la pandémie a créé les conditions d'un premier pas important dans le changement de la culture organisationnelle.

Le nouvel espace sera plus petit (environ 3000 pieds carrés de moins), avec moins de cloisons et davantage d'espaces ouverts, et sera donc plus lumineux et plus flexible. Il comportera une salle de réunion, un espace cuisine central et d'autres espaces de travail adaptables conçus pour des réunions et du travail en petits groupes. Configuré pour les « bureaux à la carte », il répondra à la préférence de beaucoup de membres du personnel de l'AMC qui souhaitent combiner le télétravail et le travail en présentiel pour favoriser la synergie des équipes.



Le rôle humanitaire de l'AMC

Parfois, le rayonnement et l'influence d'une organisation vont bien au-delà de la mission et du rôle qui lui sont attribués. Et bien que, lorsque cela se produit, ce soit habituellement le résultat, dans des circonstances exceptionnelles, du travail commun de personnes dévouées qui font la différence, cela doit être reconnu pour ce que c'est réellement : des exemples de la puissance de la solidarité humaine.

L'AMC a eu la chance l'an dernier d'être le catalyseur d'un tel moment, contribuant à assurer un passage sûr à plus de 100 militants des droits de la personne et professionnels des musées afghans et à leurs familles.

DANS LA LIGNE DE MIRE DES TALIBANS

Pendant plus de dix ans, l'Afghanistan Human Rights and Democracy Organization (AHRDO) et sa société affiliée, l'Afghanistan Center for Memory and Dialogue (ACMD) (Ont.) ont œuvré sans répit à documenter les violations des droits de la personne et à commémorer les victimes.

Il n'est pas étonnant qu'immédiatement après la prise de Kaboul par les Talibans en août dernier, les bureaux de l'AHRDO et de l'ACMD aient été dévalisés, et que leur personnel — la plupart appartenant à la minorité hazara persécutée — ait été menacé de violence.

Incapables de sortir du pays par le pont aérien international, les membres du personnel de l'AHRDO et leurs familles ont fui le pays par voie terrestre vers le Pakistan. Ils sont maintenant hors d'Afghanistan, mais ils n'étaient pas alors hors de danger et continuaient d'être dans la ligne de mire des Talibans au Pakistan et risquaient fort d'être renvoyés en Afghanistan.

L'AMC ENTRE EN SCÈNE

C'est alors qu'un petit groupe de leaders de la communauté muséale, dont faisaient partie Bob Janes et la sénatrice Pat Bovey (Ont.) ont mobilisé l'AMC pour tenter d'assurer un passage sûr hors du Pakistan aux membres du personnel de l'AHRDO et à leurs familles.

La campagne de mobilisation de l'AMC a atteint tous les niveaux du gouvernement du Canada, du Bureau du Premier ministre à des ministres bien en vue, en passant par le haut-commissariat du Canada à Islamabad. On a également mobilisé l'ONG internationale Front Line Defenders, et coordonné nos actions avec elle pour assurer un passage sûr aux Afghans.

ARRIVÉE AU CANADA

Finalement, en janvier dernier, après des mois de grands espoirs et d'attentes déçues, un vol en provenance d'Islamabad a atterri à Edmonton avec 170 personnes à bord.

Mais le travail de l'AMC et de la communauté muséale canadienne se poursuit, des bénévoles contribuant aux efforts d'installation — jumelage de familles, organisation d'activités pédagogiques et amusantes pour les enfants, et constitution de l'AHRDO en société canadienne, afin qu'elle puisse poursuivre son travail en matière de droits de la personne.





JOBS IN HERITAGE

Looking for your next opportunity?
Searching for new talent?
The Jobs in Heritage job board
is a top destination for jobs in the
Canadian heritage sector.
Visit today!

museums.ca/si

EMPLOIS DANS LE SECTEUR DU PATRIMOINE

Vous êtes à la recherche d'une possibilité
de carrière ou de nouveaux talents?
Le tableau d'emplois dans le secteur du
patrimoine est une ressource

THE VOICE OF CANADA'S MUSEUM COMMUNITY
LA VOIX DE LA COMMUNAUTÉ MUSÉALE CANADIENNE

COMMUNICATIONS

Taru
12.03.2021 12:2

Accroître notre présence

MAGAZINE MUSE

Le magazine Muse est publié quatre fois par année. Les membres de l'AMC reçoivent un abonnement à la version imprimée et ont également accès à Muse en ligne. En 2021, le tirage moyen était de plus de 4000 exemplaires par numéro, et le lectorat de l'édition numérique était en croissance. Sur la base des données du lectorat de la version numérique (Ont.) constate que les gens ont été particulièrement intéressés par le contenu lié à la réconciliation, au racisme institutionnel et à la lutte contre la COVID-19.

Après la publication du numéro du printemps 2021 de Muse, l'AMC a sondé les lecteurs et lectrices dans le but d'améliorer le contenu du magazine et de recueillir des informations démographiques pertinentes afin de renforcer les ventes publicitaires. Le sondage a montré que le taux de partage des exemplaires imprimés du magazine était de 3,3 lecteurs par copie, ce qui est supérieur au taux de référence de 2,5 pour l'ensemble de l'industrie.

SITE WEB

En 2021, l'AMC a mis à jour les systèmes dorsaux de son site, notamment dans le but d'améliorer le fonctionnement du tableau des offres d'emplois et de pouvoir le monétiser. Cette mise à jour s'est avérée un succès, et le coût du tableau des offres d'emploi est passé de 20 jours de temps de travail par an à moins de cinq jours. Il a également permis à l'AMC d'encaisser près de 10 000\$. Certains problèmes de fonctionnalité demeurent, notamment en ce qui concerne l'affichage bilingue, et on planifie actuellement de rendre le tableau des offres d'emplois encore plus professionnel.

RÉSEAUX SOCIAUX

L'AMC est active sur quatre médias sociaux : Twitter, LinkedIn, Facebook et Instagram, avec un auditoire total de 19 947 personnes à la fin de 2021. L'année a été marquée par une augmentation de 18% du nombre d'abonnés à plusieurs



M

SURVEY SONDAGE



2021 FEDERAL ELECTION

museum advocacy update

ÉLECTION FÉDÉRALE DE 2021

mise à jour de la défense
des musées

LET'S STAY *connected*

Complete our member survey

DEMEURONS *connectés*

Répondez à notre sondage de membre

plateformes, 70% de cette croissance provenant de LinkedIn, notre plateforme à la croissance la plus rapide. Les interventions de l'AMC sur les médias sociaux en 2021 peuvent être considérées comme efficaces : le taux de publication a été plus faible qu'en 2020 (baisse de 40%), mais on a obtenu plus d'expositions (hausse de 85%)¹. Nous avons également constaté une diminution générale de 1,3% de notre taux d'engagement global; toutefois, l'augmentation des expositions a entraîné une augmentation de 16% du nombre d'engagements réels. En 2022, notre objectif est d'augmenter notre taux d'engagement en améliorant les occasions de portée organique².

NOUVELLES DE L'AMC

Nouvelles de l'AMC, notre bulletin d'information électronique est envoyé toutes les deux semaines : on y trouve les faits saillants du secteur et les dernières nouvelles concernant l'AMC. Une mesure importante de la pertinence du bulletin et de son caractère opportun nous est fournie par l'augmentation de son taux d'ouverture d'une année sur l'autre : il est passé de 30 % à 38 % à la fin de 2021, et à plus de 40 % au premier trimestre de 2022³.

Notes

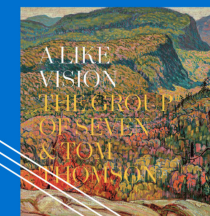
1. Chaque visite sur un site web représente une exposition unique
2. Le nombre de personnes qui voient du contenu par le biais d'une distribution non versée
3. Le pourcentage d'abonnés qui ouvrent un courriel particulier sur le nombre total d'abonnés

PRIX DE L'AMC

Pour célébrer les lauréats des Prix de l'AMC de cette année (Ont.) a publié une édition spéciale d'été pour accompagner la cérémonie lors du congrès virtuel.

PRIX DE L'AMC | 2021

Reconnaissance de l'excellence dans le secteur muséal canadien



CONGRÈS NATIONAL

Le congrès national de 2021, qui s'est tenu virtuellement pour la première fois de l'histoire de l'AMC, a rassemblé 320 délégués sur une période de cinq jours. Il a inclus 40 séances bilingues animées par 91 experts nationaux et internationaux, réparties sur cinq demi-journées de programmation.

Le thème du congrès, « Aller de l'avant », appelait à « une solidarité, à une connectivité et à une responsabilité sociale accrues afin de propulser le secteur des musées vers l'avant ».

On a pu y entendre des discours thématiques prononcés par les experts autochtones internationaux Emmanuel Kasarhérou, Pare Keiha et W. Richard West. Un appel à conférenciers a également permis d'avoir présentations de la part de membres de l'AMC et d'autres professionnels du secteur.

Les renseignements préliminaires concernant le congrès national de 2022, qui sera le deuxième congrès virtuel de l'AMC, montrent une augmentation de 25 % de la participation avec un total de 399 délégués.



BALADO

La demande révisée pour notre subvention du Programme d'aide aux musées 2021-2022 comprenait une proposition de balado en série limitée comprenant trois épisodes en français et en anglais. L'objectif de ce projet était d'élargir et d'améliorer les contenus numériques de l'AMC ainsi que leur portée. Le balado, intitulé *Sans artifice : Les musées canadiens à un tournant*, a été lancé sur toutes les grandes plateformes le 10 mai 2022.



Soutenir l'AMC

Soutenez l'AMC et bénéficiez d'excellents avantages! Votre investissement est un investissement dans tous les musées canadiens.

Voici quelques solutions annuelles offertes aux commanditaires qui souhaitent aider l'AMC à avoir un réel impact dans le secteur des musées.



Le saviez-vous?
Votre appui à l'AMC pourrait être déductible d'impôt. Parlez à votre comptable.

AVANTAGES COMMANDITAIRE

- Membre d'affaires affilié de l'AMC
- Logo dans la page d'accueil du site Web de l'AMC
- Logo dans le bulletin électronique de l'AMC
- Espace publicitaire d'une demi-page accessible toute l'année dans le magazine Muse
- Placement publicitaire audio dans un (1) épisode du balado de l'AMC
- Inscription exclusive avec page de renvoi dans le répertoire des membres d'affaires de l'AMC et promotion dans les médias sociaux
- Un (1) courriel éclair exclusif envoyé aux membres à titre de « commanditaire en vedette »
- Commandite de séance au cours du congrès de l'AMC
- Inscription gratuite à un maximum de quatre (4) événements de l'AMC
- Connaissance approfondie d'autres événements et occasions promotionnelles de l'AMC
- Placement prioritaire pour les envois promotionnels éclairés (voir Nos canaux, page 9)

Coût d'investissement: 15 000 \$

AVANTAGES COMMANDITAIRE+

Optimisez votre investissement et ayez une plus grande incidence! La commandite Commanditaire+ comprend tous les éléments du niveau Commanditaire, plus ce qui suit:

- Passer d'une publicité d'une demi-page à une publicité pleine page dans le magazine Muse
- Placement publicitaire audio dans les trois (3) épisodes du balado de l'AMC
- Liste vedette à promouvoir dans la page d'accueil de l'AMC pendant un (1) trimestre
- Passer de la commandite de séance à la commandite Séance+

Coût d'investissement: 20 000 \$

PUBLICITÉ/COMMANDITES

L'AMC a révisé son offre publicitaire. À la suite du sondage auprès des lecteurs de 2021, le Guide publicitaire de l'AMC a été mis à jour pour inclure des offres multiplateformes, après quoi une autre mise à jour au début de 2022 a permis d'inclure également les options pour le congrès.





ADHÉSIONS

NOUS SOMMES ICI POUR VOUS

Parmi les membres de l'AMC figurent des établissements et des particuliers de l'ensemble du secteur muséal, ainsi que des partenaires affiliés qui soutiennent l'association. Nos membres individuels englobent tout l'éventail des carrières muséologiques — des étudiants aux professionnels émergents et établis, jusqu'aux retraités.

Le nombre de membres et les recettes diminuent depuis 2018, la baisse ayant été plus marquée de 2020 à 2021. Une partie de cette baisse peut être attribuée à l'inquiétude croissante au sein de la communauté muséale relativement à la pertinence et à la stabilité de l'AMC. En outre, l'équipe de l'AMC chargée des adhésions a manqué d'effectifs et de ressources une bonne partie du temps entre septembre 2020 et juillet 2021, ce qui a affecté les renouvellements et les efforts pour attirer de nouveaux membres.

D'importantes mesures ont été prises pour améliorer les relations avec les membres, mais beaucoup de travail reste à faire, et c'est maintenant une priorité de la direction de l'AMC. Cela comprend la redéfinition de la proposition de valeur de l'organisation à la lumière de problèmes nouveaux et des aspirations et des attentes changeantes des membres.

Des campagnes pour attirer de nouveaux membres, par exemple (Ont.)t été suspendues jusqu'à ce que l'organisation puisse démontrer qu'elle peut procurer de manière transparente des avantages réels et des résultats mesurables.

Nouvelles

L'AMC met tout en œuvre pour tenir ses membres au courant et les inspirer.

Avantages dont vous bénéficiez :

- Abonnement au [magazine Muse](#).
- Nouvelles de l'AMC, notre cyberbulletin bimensuel.
- Service de coupures de presse quotidien.

Le saviez-vous?
Votre adhésion à l'AMC peut être admise en déduction.

04. GUIDE D'ADHÉSION DE L'AMC - INDIVIDUEL

Autres services

L'Association des musées canadiens offre une vaste gamme de services aux membres et aux non-membres, y compris des bourses, des conférences et des programmes de perfectionnement professionnel.

JEUNESSE CANADA AU TRAVAIL

PROGRAMME DE BOURSES DE L'AMC

Vous souhaitez relever un nouveau défi?
Consultez la banque Emplois patrimoine.

06.

NOTRE ÉQUIPE CHARGÉE DES ADHÉSIONS

Depuis juillet 2021, l'équipe chargée des adhésions est constituée d'une gestionnaire, Corinne Henshaw, et d'une agente, Fiona Thistle. Elles ont travaillé à résoudre plusieurs problèmes opérationnels qui rendaient les choses difficiles pour les membres. Les mesures prises comprennent l'amélioration de la réactivité pour répondre aux demandes des membres, l'optimisation de la base de données des adhésions pour faciliter la résolution des problèmes, et l'amélioration des processus et des communications relatives aux membres. Avec le reste de l'équipe de l'AMC, elles poursuivront leurs efforts pour répondre aux besoins des membres et leur fournir des services efficaces.

Pour toute question ou inquiétude, veuillez communiquer avec l'équipe chargée des adhésions à adhesions@musees.ca.



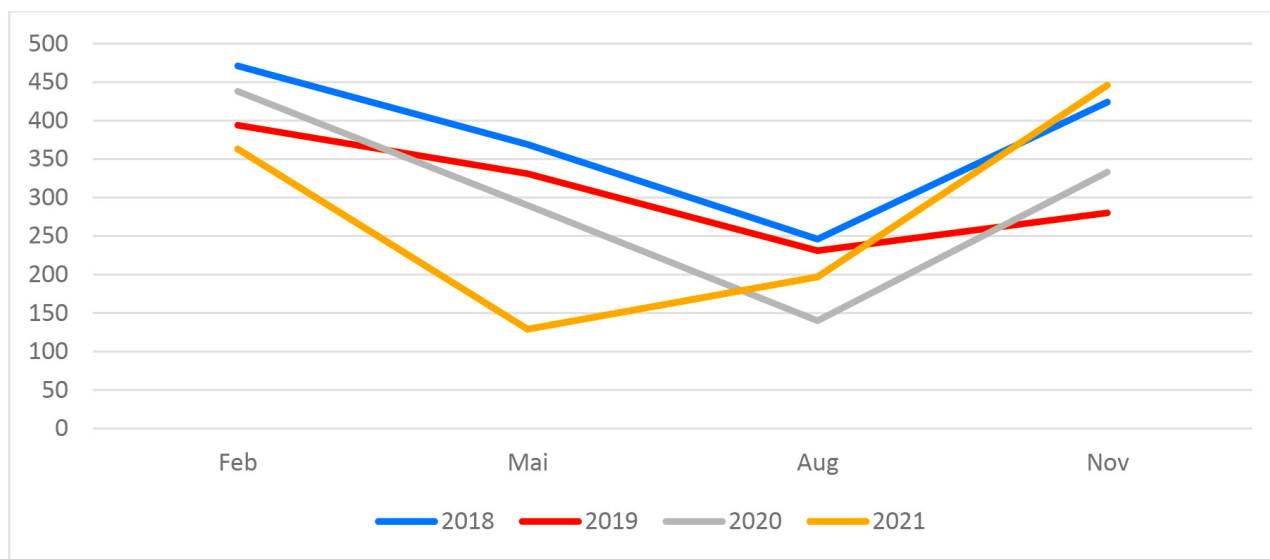
INVERSER LA TENDANCE

Après les pertes de membres de 2021, la tendance semble s'inverser, en partie grâce à l'amélioration des processus d'adhésion et l'importance accrue accordée à la communication et à la mobilisation.

Par conséquent, nous avons constaté une diminution relativement faible (six pour cent) du nombre total de membres jumelé à une augmentation de sept pour cent du nombre de membres individuels. Au moment de rédiger ces lignes, l'année 2022 s'annonce déjà meilleure toutes catégories de membres confondues, et particulièrement en ce qui a trait aux établissements.

En ce qui concerne les recettes, la perte globale pour 2021, par rapport à 2020, était d'environ 21 pour cent. Alors que la perte de recettes s'élevait à environ 21 pour cent pour février 2021, et 60 pour cent pour mai 2021, comparativement aux mêmes périodes l'année précédente, elle n'était que de 10 pour cent en août 2021 (suivant la tendance annuelle des années précédentes). Plus important encore, en novembre 2021 nous avons observé une augmentation de 21 pour cent des recettes comparativement à la même période en 2020.

Le graphique à droite montre clairement l'augmentation du nombre d'adhésions à la fin de 2021. Cette tendance s'est poursuivie au 1^{er} trimestre de 2022¹.



Note

1. Le graphique montre les fluctuations du nombre de membres par période d'appel de demande/par an. Il vaut mieux comparer les périodes d'appel de demande entre elles parce que différents groupes de membres sont intégrés à différents moments de l'année.



A group of diverse young professionals are gathered around a table in a meeting. They are looking at documents and smiling, suggesting a collaborative and positive work environment. The image is overlaid with a blue banner containing the text 'JEUNESSE CANADA AU TRAVAIL'.

JEUNESSE CANADA AU TRAVAIL

Faire croître les carrières depuis 25 ans

L'AMC gère le programme Jeunesse Canada au travail (JCT) au nom de Patrimoine canadien, à l'appui des musées canadiens et des jeunes professionnels des musées. JCT offre du financement aux employeurs à travers deux volets, soit Jeunesse Canada au travail dans les établissements du patrimoine (JCTÉP) et Jeunesse Canada au travail pour une carrière vouée au patrimoine (JCTCVP), afin de créer des emplois pour les étudiants et des stages pour les diplômés, tout en renforçant la capacité des musées et des établissements du patrimoine.

L'AMC offre le programme JCT depuis 25 ans environ. Au cours de cette période, le programme a créé environ 26 000 emplois étudiants et 1300 stages pour des étudiants des cycles supérieurs. Depuis plus d'une génération, JCT est une première étape importante dans la carrière de nombreux Canadiens et Canadiennes travaillant dans le secteur des musées.

SEMER LES GRAINES

Le programme JCT, et plus précisément son programme de stages, aide les musées à répondre à leurs besoins à court terme en stagiaires, tout en semant les graines de carrières futures et d'avantages à long terme pour les employeurs.

Une lettre récente de Trevor Osmond, directeur du Red Lake Regional Heritage Centre (RLRHC), le souligne bien. En 2017, le RLRHC a obtenu un financement de JCT pour embaucher un stagiaire. L'objectif de l'institution était d'examiner les normes et les conditions de conservation. La stagiaire Jessica Bekesi avait alors produit un rapport examinant les normes, proposant des solutions pour améliorer les conditions permettant de les respecter, et donnant des conseils pratiques pour aider le personnel à prendre des décisions à l'avenir.

En 2021, le RLRHC a obtenu des fonds de donateurs qui lui ont permis de mettre en œuvre certaines des suggestions du rapport de Jessica. Selon Trevor Osmond, l'institution a déjà constaté

« plusieurs changements positifs dans notre culture matérielle, dans le processus de manipulation des objets et dans le bâtiment dans son ensemble ». Par la suite, Jessica a obtenu un poste au Museum Fünf Kontinente (Musée des cinq continents) à Munich, en Allemagne, où elle travaille avec des objets ethnographiques au sein du laboratoire Textiles et matériaux organiques..

Trevor Osmond a conclu sa lettre en remerciant le programme JCT. « Merci de soutenir les jeunes professionnels des musées. Ces stages permettent aux stagiaires de vivre une expérience importante, et aux institutions d'accueillir de jeunes esprits talentueux. »

RÉSULTATS RÉCENTS

Bien que les chiffres définitifs pour 2021-2022 ne soient pas encore disponibles, le programme JCTÉP a permis à l'AMC de financer plus de 1200 postes à court terme pour les étudiants au sein de 715 organisations. Cela représente un engagement de plus de 7,2 millions de dollars et l'atteinte de 107 % de l'objectif de création d'emplois fixé par Patrimoine canadien. L'AMC a aussi financé 280 stages de deuxième cycle dans 221 organismes par l'entremise de JCTCVP. Cela représente un engagement de plus de 3,4 millions de dollars et l'atteinte de 104 % de notre objectif de création d'emplois.

L'année écoulée a permis de constater une certaine reprise dans le secteur, les employeurs de JCT créant plus d'emplois pour les jeunes. Les employeurs ont continué de faire preuve de souplesse dans leurs projets financés par le programme, y compris en ce qui a trait au travail à distance. Le programme de JCTÉP, qui se déroule uniquement l'été, a été en mesure de créer 200 postes de plus qu'au cours de l'année de programme 2020-2021. Cette année-là, 10,25 % de nos stagiaires de JCTCVP avaient été nommés à des postes à temps plein de durée indéterminée dans le secteur du patrimoine, et 39,58 % d'entre eux ont ensuite



obtenu des postes contractuels à temps plein, même s'il s'agissait parfois de contrats à court terme.

FINANCEMENT SUPPLÉMENTAIRE

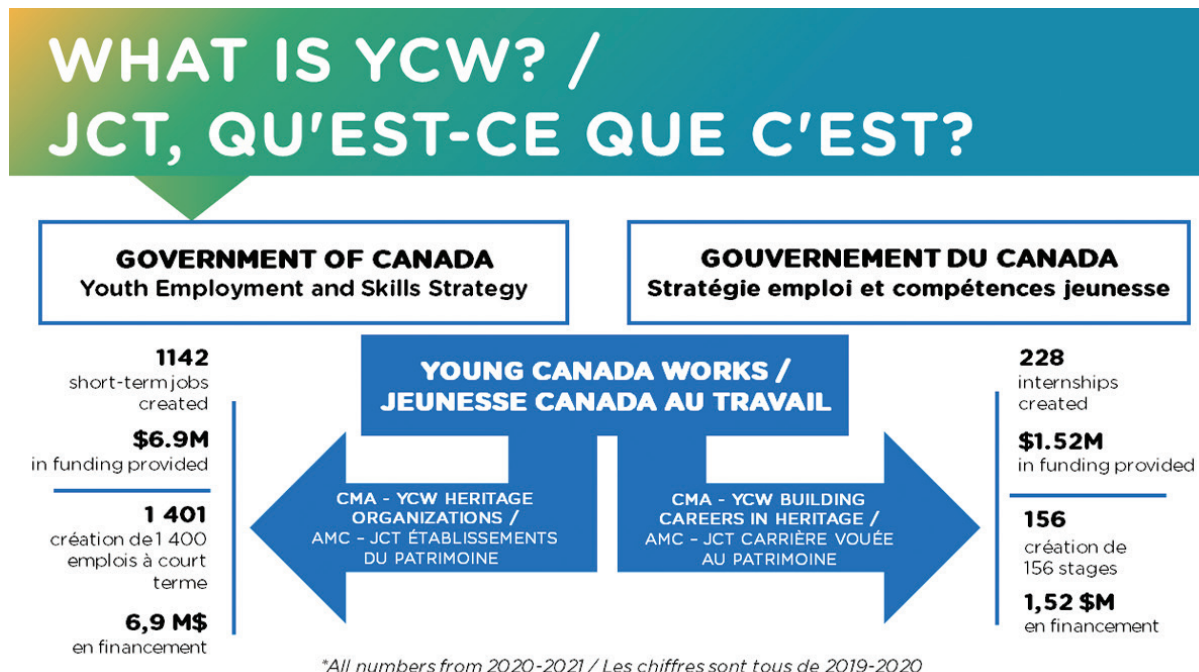
Avec le prolongement du financement de l'année précédente lié à la pandémie, bon nombre de ces postes ont été appuyés par des fonds supplémentaires provenant de la Stratégie emploi et compétences jeunesse (SECJ). Plus de 1,57 million de dollars ont été affectés à 270 postes de JCTÉP, et plus de 3,4 millions de dollars ont été affectés à près de 280 stages de JCTCVP. Cela nous a permis de reporter une partie importante de notre modeste financement de JCTCVP pour compenser une diminution prévue du financement supplémentaire en 2022-2023.

Le financement supplémentaire plus élevé de l'année dernière et l'ajustement des critères du programme nous ont également permis de hausser notre contribution au financement des

postes, avec une moyenne de près de 6000 \$ pour les emplois étudiants de JCTÉP et plus de 12150 \$ par poste de JCTCVP. Par comparaison, au cours de l'année de programme 2019-2020, soit la dernière année de financement supplémentaire à des niveaux inférieurs d'avant la pandémie, les postes JCTÉP se sont élevés en moyenne à 4900 \$ et ceux de JCTCVP à 9750 \$.

DÉFIS

Au cours de l'année de programme 2020-2021, le travail de l'équipe de JCT a été affecté par le roulement du personnel. Cela a créé un double défi : celui de la perte de connaissances et du temps nécessaire pour former le nouveau personnel. Bien que nous puissions généralement compter sur un afflux de diplômés récents pour remplir certains rôles, nous avons eu du mal à recruter cette année. Nous n'avons atteint notre effectif complet qu'à la fin de 2021, ce qui a causé des retards dans le traitement des paiements à bon nombre de nos employeurs.



Promouvoir Jeunesse Canada au travail

COMMUNAUTÉ MUSÉALE

Nous avons mené une campagne dans les médias sociaux pour sensibiliser les employeurs à notre période de réception des demandes. Nous avons tenu sept présentations à l'intention des musées et des organismes du patrimoine intéressés à soumettre des demandes, et avons publié un article dans Muse qui a mis en évidence le succès des projets numériques pendant la pandémie.

JEUNES CANADIENS ET CANADIENNES

Nous avons mené une campagne dans les médias sociaux pour promouvoir le programme JCT auprès des jeunes, en plus d'organiser 10 présentations en soutien au programme, l'une organisée par l'AMC, les autres en partenariat avec des universités et des collèges.

Nos efforts ont été couronnés de succès. Bien que les dates limites de présentation des demandes aient été fixées plus tôt pour JCTÉP et JCTCVP, nous avons reçu suffisamment de demandes de qualité pour atteindre nos objectifs d'emploi, et nous avons encore de longues listes d'attente. Si nous recevons à nouveau un financement supplémentaire, nous pourrions répartir les fonds entre les candidats inscrits sur nos listes d'attente, plutôt que d'entreprendre un autre processus de demande qui prendrait beaucoup de temps. Nous continuons de promouvoir le programme auprès des jeunes tout en cherchant à répondre aux plaintes reçues dans le passé, qui faisaient valoir que les candidats admissibles n'étaient pas toujours au courant de l'existence du programme JCT. Nous travaillons aussi à atténuer les difficultés de recrutement qui peuvent avoir des répercussions sur les employeurs et entraîner l'annulation de postes.



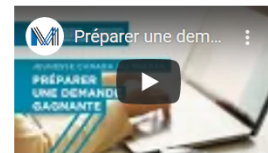
AUTRES ACTIVITÉS

En plus de faire la promotion du programme Jeunesse Canada au travail auprès de divers auditoires, les autres activités de l'équipe de JCT comprenaient la mise en œuvre complète des paiements par dépôt direct; la mise à jour de notre ressource salariale pour aider les employeurs à fixer les salaires des étudiants et des stagiaires; et la création d'une ressource sur la façon de préparer une offre d'emploi efficace.

Ressources du programme et histoires de réussite

Conseils pour présenter une demande

Votre musée est-il à la recherche d'une autre paire de mains ou de nouvelles idées? Envisagez de recourir aux services d'un étudiant talentueux ou d'un jeune diplômé par l'entremise du programme Jeunesse Canada au travail (JCT). Nos conseils pratiques pourront vous aider.



Autres ressources de l'AMC

[Jeunesse Canada au travail : la synthèse \(rapport final\)](#)

[JCT pour une carrière vouée au patrimoine, volets canadien et international](#)

[Tutoriel JCT : Soumettre une demande de financement \(2021\)](#)

[Tutoriel JCT : Créer un compte de JCT \(2021\)](#)

[Tutoriel JCT : Rapport de fin d'emploi \(RFE\) – JCT-CVP \(stages pour diplômés\) \(2021\)](#)

NOUVEAU! [Renseignements sur les salaires des employeurs et des employés du programme JCT](#)

Préparer une offre d'emploi

Les deux principaux objectifs d'une offre d'emploi sont d'attirer de bons candidats et d'éviter de recevoir des candidatures de gens inadmissibles ou qui ne tireront pas profit de l'expérience que vous offrez. Votre offre d'emploi devrait contenir de l'information qui motivera les lecteurs à postuler tout en permettant aux candidats potentiels de savoir s'ils correspondent bien aux critères requis pour l'emploi.

Histoires de réussite : Offrir des possibilités



Cet article publié dans Muse Magazine (hiver 2020) fait le point avec Alexandra Badzak, nouvelle directrice et présidente du conseil de la Galerie d'art d'Ottawa, et d'autres anciens participants au programme JCT et des employeurs récents.





RÉCONCILIATION

Mise à jour du Programme de réconciliation

Le Programme de réconciliation triennal de l'AMC en est aux dernières étapes de la mise en œuvre de l'appel à l'action n° 67 de la Commission de vérité et réconciliation (CVR).

Au cours de la dernière année, nos activités ont porté sur la mobilisation et la collecte d'information afin d'orienter le rapport à venir, les recommandations et une série de trousseaux d'outils qui seront publiés en septembre 2022.

La collecte d'information comprenait trois activités principales : des séances de mobilisation officielles (tables rondes et cercles d'écoute); un appel à soumissions écrites; et des entrevues avec des personnes du secteur. Nous avons donné la priorité à l'écoute d'experts du patrimoine culturel autochtone, y compris des aînés, des gardiens du savoir, des conservateurs et des éducateurs de partout au Canada, ainsi qu'à comprendre comment ces personnes pensent que les musées peuvent soutenir la réconciliation et l'autodétermination.

Des réunions consultatives régulières ont eu lieu avec le Conseil de réconciliation de l'AMC, qui assure la surveillance, les conseils et l'orientation en lien avec le programme. Nous apprécions le soutien et la compréhension dont les membres du Conseil de réconciliation ont fait preuve depuis trois ans. En collaboration avec le personnel de l'AMC, le Conseil de réconciliation a maintenant produit un aperçu préliminaire du rapport. Ce document tient compte de l'information et des domaines d'intérêt qui ont été discutés au cours des séances de mobilisation.

Le rapport fournira une analyse de l'application et de la mise en œuvre de la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones (DNUDPA) dans les politiques et pratiques muséologiques. Les recommandations examineront comment faire progresser les politiques et les pratiques muséologiques dans le cadre de la DNUDPA, en vue de faire progresser l'autodétermination autochtone dans tous les aspects. L'analyse de Catherine Bell sur la DNUDPA et le patrimoine autochtone accompagnera le rapport en tant que ressource.

Une série de trousseaux d'outils soutiendra par ailleurs la mise en œuvre de la DNUDPA. Enfin, nous avons l'intention de mener une étude transnationale pour évaluer la conformité de la CVR conformément aux travaux de Jodi Simkin sur ce sujet¹. Cela constituera la base d'un outil d'évaluation à venir de la DNUDPA.

L'AMC reconnaît la générosité et le soutien de tous ceux qui ont contribué à ce programme, ainsi que les connaissances ancestrales autochtones qui ont contribué à ce travail. Nous espérons leur faire honneur et leur rendre justice par ce travail.

CERCLES D'ÉCOUTE

Tenus en 2021 :

Haida Gwaii Museum
Membertou Heritage Park
Métis Crossing
Musée amérindien de Mashteuiatsh
Wanuskewin Heritage Park

Tenus en 2022 :

Lennox Island Mi'kmaq Cultural Centre

TABLES RONDES

Tenus en 2021:

Burnaby Village Museum avec des représentants de Sto:lo

Tenus en 2022 :

Heritage Yukon, Selkirk First Nation et Ta'an Gwath'an First Nation
Western Development Museum, Conseil tribal de Battleford et Première Nation Dakota de Whitecap

Les séances prévues qui n'ont pas encore été réalisées comprennent des cercles d'écoute avec le Musée des Abénakis et l'Institut culturel Avataq.



Aperçu financier

ÉTAT DES RÉSULTATS POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2021

PRODUITS	Budget 2021	2021 Actuel	2020 Actuel
Subventions et contributions	8 219 973 \$	12 081 725 \$	8 383 623 \$
Subvention salariale d'urgence du Canada	375 000	463 921	404 891
Cotisations des membres	325 000	308 346	313 065
Frais de service	127 450	122 940	134 809
Collecte de fonds et commandites	116 500	103 609	186 937
Conférences	166 250	66 001	38 136
Abonnements et publicité	19 200	20 537	14 351
Intérêts	12 500	16 280	17 227
Autres	2 000	27 811	3 371
	9 363 873 \$	13 211 170 \$	9 496 410 \$
CHARGES			
JCT - financement aux employeurs	5 585 502 \$	10 263 294 \$	6 688 802 \$
Salaires et avantages sociaux	2 176 280	1 501 510	1 607 721
Contractuels et consultants	847 167	585 050	359 046
Frais généraux de fonctionnement	343 287	275 432	561 474
Congrès annuel	205 000	141 753	159 113
Publicité et promotion	37 000	26 175	55 996
Bourses et prix	118 747	8 329	42 650
Frais de déplacement et d'hébergement	5 001	-	7 935
	9 317 984 \$	12 801 543 \$	9 482 737 \$
EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES	45 889 \$	409 627 \$	13 673 \$

Données tirées des états financiers vérifiés de 2021 de l'AMC (état des résultats).
Les états complets sont disponibles sur le site Web de l'AMC réservé aux membres ou sur demande.



Remerciements

L'année 2021 a été difficile pour l'AMC et pour la communauté des musées et du patrimoine du Canada, mais tout au long de l'année, le soutien et les conseils avisés d'un groupe de dirigeants de notre communauté ont été déterminants pour montrer la voie à suivre pour l'organisation. Ce sont:

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Michael Wallace, President, Theatre Museum Canada, Toronto (Ont.)
Dorota Blumczyńska, The Manitoba Museum (Man.)
Tracy Calogheros, The Exploration Place (C.-B.)
M. Sam Cronk, The ArQuives (Ont.)
Dolf DeJong, CEO, Toronto Zoo (Ont.)
Heather George, Woodland Cultural Centre (Ont.)
Pailagi Pandya, Toronto (Ont.)
Armando Perla, Montréal (Qué.)
J'net Ayayqwayaksheeth, National Film Board of Canada (Ont.)
Sophie Yamauchi, Chinese Canadian Museum Society of BC (C.-B.)
Sandra Zapata, Musée de la mémoire vivante (Qué.)

ASSOCIATIONS DE MUSÉES PROVINCIALES ET TERRITORIALES

Jennifer Forsyth, Alberta Museums Association
Kellie Blue-McQuade, Association patrimoine Nouveau-Brunswick
Thomas McLeod, Association of Manitoba Museums
British Columbia Museums Association
Johanne Vigneault, Community Museums Association of Prince Edward Island
Maggie MacIntyre, Association des musées Nouvelle-Écosse
William Beveridge, Inuit Heritage Trust — Nunavut
Ken Flynn, Museums Association of Newfoundland and Labrador
Wendy Fitch, Museums Association of Saskatchewan
Association des galeries d'art publiques de l'Ontario
Marie Lalonde, Association des musées de l'Ontario
Société des musées du Québec
Lianne Maitland, Yukon Historical and Museums Association

FELLOWS

Brenda, Berck, Vancouver (C.-B.)
René Binette, Montreal (Qué.)
Patricia, Bovey, Winnipeg (Man.)
Janet Brooke, Montreal (Qué.)
Tracy Calogheros, Prince George (C.-B.)
Catherine Cole, Edmonton (Alb.)
Yves Dagenais, Candiac (Qué.)
Victoria, Dickenson, Montreal (Qué.)
Joanne, DiCosimo, Gatineau (Qué.)
Nancy Dillow, Toronto (Ont.)
Dorothy Duncan, Milton (Ont.)
Colin C. Eades, Ottawa (Ont.)
Morris Flewwelling, Red Deer (Alb.)
Tom Hill, Ohsweken (Ont.)
Nancy Hushion, Au village, Roques, France
Robin Inglis, Surrey (C.-B.)
Sharilyn J. Ingram, Grimsby (Ont.)
Robert (Bob) Janes, Canmore (Alb.)
Linda Jules, Kamloops (C.-B.)
Benoît Légaré, Montreal (Qué.)
Hélène Lamarche, Lachine (Qué.)
Claudette Leclerc, Winnipeg (Man.)
Philippe Mailhot, Winnipeg (Man.)
Carol Mayer, Vancouver (C.-B.)
Nancy Noble, Halifax (N.-É.)
René Rivard, Montreal (Qué.)
Eric Ruff, Yarmouth (N.-É.)
Martin Segger, Victoria (C.-B.)
Candace Stevenson, Halifax (N.-É.)
Sonja Tanner-Kaplash, Victoria (C.-B.)
Lynne Teather, Fonthill (Ont.)
Jean Trudel, Montreal (Qué.)
Guy Vadeboncoeur, Montreal (Qué.)
Philip Ward, Salt Spring Island (C.-B.)
Calvin White, Aurora (Ont.)

