

Plan stratégique pour le Musée du Nouveau-Brunswick / New Brunswick Museum 2022-2027

Présenté au

Comité de Planification stratégique et
au Conseil d'administration

Préparé par

Nordicity

Table des matières

3	Introduction	
7	Vision du NBM-MNB	
9	Plan stratégique	
11	Organisation des valeurs et priorités fondamentales du NBM-MNB d'après ses	piliers
13	Pilier 1 Une régénération par de nouvelles installations	
14	Pilier 2 Un NBM-MNB fort et autonome	
16	Pilier 3 Un NBM-MNB viable et durable	
17	Pilier 4 Une approche pan-provinciale revigorée	

Introduction

Introduction

- Le New Brunswick Museum–Musée du Nouveau-Brunswick (le « NBM-MNB ») est heureux d’adopter un nouveau plan stratégique quinquennal visant sa revitalisation en tant que musée prospère du 21^e siècle de façon à mieux répondre aux besoins de toute la population néo-brunswickoise.
- Le Comité de planification stratégique (le « Comité »), c’est-à-dire celui chargé d’orienter l’élaboration du plan, comprenait des membres du Conseil administratif du NBM-MNB (le « CA »), une représentation de la direction et du personnel du NBM-MNB, une représentation du ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture (« TPC ») et un représentant de la Fondation du NBM-MNB.
- Le processus rigoureux et collaboratif de préparation de ce plan stratégique comportait ce qui suit :
 - Examen de la documentation et des politiques de l’établissement,
 - Évaluation numérique à l’aide de l’outil d’évaluation exclusif Digital Portrait™ de Nordicity,
 - Mobilisation des membres du CA, de la direction et du personnel et de la Fondation du NBM-MNB,
 - Collaboration avec TPC et examen de sa lettre de mandat 2021 au NBM-MNB,
 - Mobilisation des dirigeants et partenaires autochtones (pilote par le NBM-MNB),
 - Mobilisation de nombreux partenaires et de parties prenantes clés de toute la province,
 - Engagement étendu du public et de la communauté par le biais d’une enquête d’engagement,
 - Recherche secondaire complète pour aligner les recommandations aux tendances, normes et meilleures pratiques.

Introduction (suite)

- Le plan stratégique établit, de façon claire et précise, les buts, les objectifs et les actions nécessaires pour renouveler les installations et assurer la solidité, l'autonomie et la viabilité du NBM-MNB servant toute la population néo-brunswickoise selon une approche pan-provinciale revigorée.
 - Les buts et objectifs reflètent les valeurs et les priorités qui font partie intégrante du NBM-MNB depuis des décennies; nombre d'initiatives sont déjà en cours et le plan stratégique s'appuie sur les efforts existants.
 - Le plan stratégique fournit un cadre pour documenter, suivre et contrôler les progrès réalisés en fonction d'un ensemble d'objectifs clairs et précis au moyen d'indicateurs clés de performance (« ICP »).
 - La direction et le personnel professionnels et saisonniers du NBM-MNB seront largement responsables de la mise en application des mesures d'action et de l'identification des possibilités appuyant les buts et objectifs déterminés par le plan stratégique.
 - Le plan stratégique est un document évolutif pouvant être modifié au besoin pour servir au mieux les intérêts du NBM-MNB.
- Un investissement important en matière de ressources, d'efforts et de temps sera nécessaire pour atteindre les buts, les objectifs et les mesures d'action définis dans ce plan stratégique.

Introduction (suite)

- Le succès ne sera pas au rendez-vous sans tenir compte des points suivants :
 - Une nouvelle installation pour le NBM-MNB,
 - Un financement et un investissement soutenus de la part de sources publiques et privées,
 - La pénurie de ressources humaines : postes vacants à pourvoir et nouveaux postes à créer pour combler les lacunes en matière de capacité et d'expertise dans l'organigramme existant.
- L'accent sera mis, pour au moins les trois premières années de la période couverte par le plan stratégique, sur la planification, la construction et l'ouverture d'une nouvelle installation ainsi que sur la mobilisation des capitaux nécessaires à son financement.
- Les années du renouvellement des installations peuvent représenter une occasion cruciale de renforcer la gouvernance, d'améliorer la stabilité financière, de redéfinir l'image de marque et d'améliorer l'approche pan-provinciale
- Le CA a pleinement confiance dans l'expertise et la capacité de la direction et du personnel pour prendre les mesures d'action nécessaires pour soutenir le quotidien du NBM-MNB tout au long de sa fermeture actuelle et de l'avancement du plan stratégique.

Vision du NBM-MNB

Éléments constitutifs d'une nouvelle vision pour le Musée

- Un énoncé de vision bien conçu devient un outil important pour communiquer les aspirations, le rôle et l'impact du NBM-MNB.
- Les énoncés suivants esquissent des objectifs et des aspirations générales du NBM-MNB qui serviront à formuler une vision claire, concise et inspirante.
- Le NBM-MNB :
 - **appartient à toute la population néo-brunswickoise ;**
 - se veut **accessible et accueillant et a sa place dans la vie de tous les gens du Nouveau-Brunswick ;**
 - est un **élément moteur de la fierté et de l'identité provinciales** en présentant un **récit holistique** du patrimoine naturel et culturel provincial et de l'identité néo-brunswickoise avec l'optique de la diversité, de l'équité et de l'inclusion ;
 - devient un **forum pour les échanges culturels** et un point focal pour **aborder et discuter des questions sociales clés** – par exemple, la justice sociale, le changement climatique et la durabilité de l'environnement ;
 - **enrichit et transforme la vie** en réunissant l'art, l'histoire naturelle et humaine, les cultures, le patrimoine, la recherche et les gens par le biais d'expériences qui les informent, les enchantent, les engagent et les inspirent ;
 - **s'impose comme institution patrimoniale phare du Nouveau-Brunswick** et d'un musée d'importance nationale au Canada ;
 - s'efforce d'être **une institution de premier plan et prospère**, non seulement sur le plan provincial, mais aussi national et international.

Plan stratégique

Structure du plan stratégique

- Le plan stratégique s'articule autour de **quatre piliers stratégiques** qui, ensemble, reflètent les valeurs et les priorités fondamentales de longue date du NBM-MNB.
- Pour chaque pilier, le plan stratégique présente les éléments suivants :
 - **Le But** – Les besoins et les priorités auxquels ce pilier aidera le NBM-MNB à répondre,
 - **La Justification** – Le pourquoi! Le raisonnement qui sous-tend les priorités qui ont été identifiées,
 - **Les Objectifs** – Visant à orienter la prise de décision et à suivre les progrès accomplis.
- Les **Actions** – Pour atteindre chaque objectif et pouvant être développées par la direction et le personnel du NBM-MNB.
- **L'implantation des feuilles de routes**, qui seront développées par la direction et le NBM-MNB, identifiant ainsi :
 - les échéances (diagrammes de Gantt) et les priorités,
 - les ressources et les responsabilités,
 - les dépendances.

Organisation des valeurs et priorités fondamentales d'après les piliers

Valeurs et priorités

La **revitalisation du NBM-MNB, par la construction de nouvelles installations**, est essentielle pour **prolonger sa longue et solide tradition** en tant que musée permanent le plus ancien du Canada. Elle répondra aux besoins des collections et de sa programmation par la conservation, la documentation et la diffusion du patrimoine naturel et culturel du Nouveau-Brunswick.

Une **image de marque forte et clairement définie et une bonne gouvernance** donnent le ton à un NBM-MNB fort et habilité.

Des **finances et des opérations renforcées** ainsi que **l'atténuation des risques** assureront un avenir viable et durable.

Le maintien de **l'excellence dans les pratiques muséales professionnelles principales**, tels que la conservation des collections, la recherche, les expositions et la programmation rayonnant dans toute la province, reste une priorité.

Élargir **l'utilisation du numérique** est la clé du succès pour un musée du 21^e siècle afin de rejoindre et de soutenir un plus large public dans la province et bien au-delà.

Piliers stratégiques



Pilier 1 : Une régénération par de nouvelles installations



Pilier 2 : Un NBM-MNB fort et autonome



Pilier 3 : Un NBM-MNB viable et durable



Pilier 4 : Une approche pan-provinciale revigorée

Les quatre piliers stratégiques

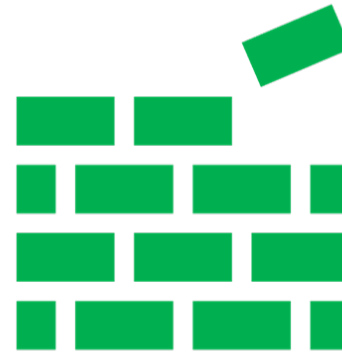
Pilier 1 | Une régénération par de nouvelles installations



Pilier 2 | Un NBM-MNB fort et autonome



Pilier 3 | Un NBM-MNB viable et durable



Pilier 4 | Une approche panprovinciale revigorée



Un plan stratégique pour le NBM-MNB



Pilier 1 | Une régénération par de nouvelles installations

1.1 – Identifier les critères de sélection des sites de base approuvés par les partenaires et parties prenantes.

- **1.1a** – Définir les objectifs pour un ou plusieurs sites et les critères de sélection en consultation avec les gouvernements, les intérêts commerciaux et les bienfaiteurs.
- **1.1b** – Choisir le site le plus approprié qui reflète les exigences du NBM-MNB, l'engagement provincial et fédéral, l'engagement de la Ville et les principaux intérêts commerciaux et des bienfaiteurs.
- **1.1c** – Communiquer la vision du NBM-MNB pour le site aux divers partenaires et intervenants.

1.2 – Créer un plan de mise en application pour la conception, la construction et la transition vers les nouvelles installations.

- **1.2a** – Créer un bureau de gestion de projet, un poste de gestionnaire de projet, un budget de transition et un processus de gouvernance de projet conforme aux lignes directrices des gouvernements fédéral et provincial.
- **1.2b** – En matière d'installations, élaborer des exigences conformes au plan stratégique, mais dans la limite des capitaux disponibles et envisager les implications d'un ou de deux sites.
- **1.2c** – Établir un plan de collecte de fonds auprès de sources publiques et privées.

1.3 – S'engager auprès de l'ensemble de la communauté sur la vision des installations muséales.

- **1.3a** – Concevoir des plans de consultation et de mobilisation avec l'ensemble des partenaires et parties prenantes.
- **1.3b** – Mobiliser un large éventail de parties prenantes du NBM-MNB au sujet de la vision future, y compris les universités, les collèges, les écoles, la communauté des chercheurs, les associations patrimoniales, les différentes régions, etc.
- **1.3c** – Mobiliser les services de la Ville au-delà des besoins de nouvelles installations ainsi que les commissions de services régionaux et leurs membres sur les possibilités touristiques.

1.4 – Concevoir, construire et mettre en service les nouvelles installations.

- **1.4a** – En s'appuyant sur les procédures de passation de marchés, veiller à ce que le concept architectural et le plan de mise en œuvre, la création architecturale, les travaux préparatoires sur le site et les appels d'offres soient réalisés comme il se doit: construction, inspection et occupation des installations nouvelles ou rénovées.
- **1.4b** – Déterminer, planifier et exécuter le déménagement dans des installations provisoires.

Un plan stratégique pour le NBM-MNB



Pilier 2 | Un NBM-MNB fort et autonome

2.1 – Affirmer une autorité accrue dans les opérations de gouvernance et un partenariat renforcé avec la TPC et le reste du GNB.

- **2.1a** – Affirmer l'autorité et la responsabilité du conseil du NBM-MNB, comme le précise la législation sous-jacente.
- **2.1b** – Élaborer une matrice des compétences du conseil d'administration, puis cerner et combler les lacunes, que ce soit par le recrutement ou la formation du conseil d'administration.
- **2.1c** – Accroître la participation du conseil à la sélection des nouveaux membres du conseil.
- **2.1d** – Assurer une autorité opérationnelle adéquate à la direction générale.
- **2.1e** – Créer la structure appropriée pour refléter la plus grande priorité accordée à la collecte de fonds, en veillant à la clarté et à la collaboration avec la Fondation du NBM-MNB.

2.2 – Créer des processus de responsabilité publique dans le respect des objectifs du NBM-MNB et ses mandats d'éducation et de représentation.

- **2.2a** – Collaborer avec le gouvernement provincial en ce qui concerne les objectifs de collecte de fonds et de diversification des revenus.
- **2.2b** – Établir des protocoles avec le gouvernement provincial sur la façon de répondre à ses objectifs.
- **2.2c** – Maintenir l'engagement de la province à l'égard des rôles d'éducation et de défense des intérêts du NBM-MNB.
- **2.2d** – Atteindre les indicateurs clés de performance (ICP) officiels de du gouvernement.

Un plan stratégique pour le NBM-MNB



Pilier 2 : Un NBM-MNB fort et autonome (suite)

2.3 – Renforcer la responsabilité et la transparence du NBM-MNB auprès du grand public, des partenaires et des parties prenantes.

- **2.3a** – Préparer et communiquer une vision à long terme permettant au NBM-MNB de s'acquitter de ses responsabilités par le biais d'activités de programmation, d'éducation et de défense des intérêts.
- **2.3b** – Préparer les activités, les indicateurs clés de performance (ICP) et les objectifs de performance du NBM-MNB et en rendre compte sur une base annuelle.
- **2.3c** – Assurer une structure, un soutien et des ressources appropriés afin d'optimiser les communications et le marketing.

2.4 – Reconstruire la réputation du NBM-MNB en tant qu'institution patrimoniale de classe mondiale par le biais d'un processus complet de renouvellement de l'image de marque.

- **2.4a** – Retravailler la pyramide de l'image de marque du NBM-MNB pour qu'elle soit solide et durable, axée sur les valeurs et un reflet du mandat.
- **2.4b** – Revoir le logo et les lignes directrices graphiques du NBM-MNB afin de s'assurer de leur modernité, leur accessibilité et de leur inclusivité, tout en symbolisant notre mandat et notre positionnement pan-provincial. Cet effort fournira la base de la cohérence graphique.
- **2.4c** – Retravailler le ton et les messages clés du NBM-MNB pour refléter le contenu de la pyramide de marque et fournir la base de la cohérence des messages.
- **2.4d** – Créer une stratégie de marque pour le NBM-MNB, en veillant à ce qu'elle soit pleinement adoptée et appliquée dans l'ensemble de l'organisation. Ainsi, on pourra « vivre véritablement la marque » depuis la première ligne jusqu'à la plus haute direction.

Un plan stratégique pour le NBM-MNB



Pilier 3 | Un NBM-MNB viable et durable

3.1 – Mettre en place un programme de développement à même de susciter une forte augmentation du financement de la part de sources privées et publiques.

- **3.1a** – Créer un solide plan de campagne pour les fonds d'investissement et les fonds de dotation, en fixant des objectifs précis pour chacun.
- **3.1b** – Élaborer une stratégie de collecte de fonds et de parrainage à long terme.
- **3.1c** – Assurer une répartition appropriée des responsabilités et des ressources entre le NBM-MNB et la Fondation du NBM-MNB ainsi qu'une communication efficace.

3.2 – Mettre au point des sources de revenus solides et durables.

- **3.2a** – Formaliser et implanter une solide stratégie d'adhésion.
- **3.2b** – Continuer à rechercher des possibilités de diversification des revenus en tirant parti des collections, de la recherche, des services et de l'expertise du NBM-MNB.
- **3.2c** – Tirer parti de l'approche pan-provinciale revigorée (pilier 4) pour renforcer les sources de revenus (gagnés) des Services muséaux, y compris le partage des ressources.
- **3.2d** – Étudier les possibilités de nouvelles sources de commerce ou de revenus par la vente au détail et les services de location, etc.
- **3.2e** – Instaurer une « culture entrepreneuriale » pour permettre au personnel d'identifier les opportunités de développement des revenus.

3.3 – Rehausser l'efficience et l'efficacité opérationnelles grâce à des systèmes et des processus améliorés et intégrés.

- **3.3a** – Explorer des solutions pour intégrer et rationaliser les systèmes et processus de gestion de l'information.
- **3.3b** – Envisager la mise en place d'un système intégré de gestion de la relation client qui regroupera les données relatives à la billetterie et aux publics/abonnés/ donateurs de tous les départements.
- **3.3c** – Élaborer et mettre en place un programme complet de gestion des risques.

Un plan stratégique pour le NBM-MNB



Pilier 4 | Une approche pan-provinciale revigorée

4.1 – Présenter un récit holistique inclusif des caractéristiques naturelles et des diverses identités, histoires et expériences qui, ensemble, font du Nouveau-Brunswick ce qu'il est.

- **4.1a** – Axer le développement des collections et la recherche sur le comblement des lacunes dans les collections permettant au NBM-MNB d'élargir le récit qu'il peut présenter, en ce qui concerne les peuples autochtones, les communautés de descendants européennes et africaines et les nouveaux arrivants dans la province; revoir périodiquement la politique sur les collections afin de mettre à jour les pratiques, les procédures et les objectifs.
- **4.1b** – Élaborer un plan quinquennal d'expositions correspondant aux objectifs liés à la diversité, à l'inclusion et à la représentation.
- **4.1c** – Renforcer la représentation des francophones et des Acadiens au sein du NBM-MNB et du conseil d'administration.
- **4.1d** – Mettre en valeur les histoires des Noirs du Nouveau-Brunswick, en tant que communauté importante de descendants.
- **4.1e** – Continuer à tirer parti des partenariats et des collaborations pour enrichir les collections, l'expertise, les connaissances et la recherche au NBM-MNB.
- **4.1f** – Garantir des opportunités pour le personnel afin poursuivre leur perfectionnement professionnel.

4.2 – Mettre en évidence le rôle historique et actuel des connaissances et des peuples autochtones dans la préservation et la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel du Nouveau-Brunswick

- **4.2a** – Augmenter la représentation autochtone au sein du NBM-MNB.
- **4.2b** – Renforcer le cadre de collaboration et de partenariat avec les autochtones au niveau de la conservation des collections, de la recherche, de l'interprétation et de la représentation au NBM-MNB.
- **4.2c** – Offrir continuellement des possibilités au personnel de participation avec les peuples autochtones et apprendre de leur savoir afin de refléter ces enseignements dans la programmation, l'interprétation et les expositions du NBM-MNB.
- **4.2d** – Établir un programme coopératif et/ou d'apprentissage autochtone en partenariat avec les établissements d'enseignement postsecondaire de la province.

A Strategic Plan for the NBM-MNB



Pilier 4 | Une approche pan-provinciale revigorée (suite)

4.3 – Continuer d'accroître le rayonnement de la présence et de l'affinité du musée à travers la province.

- **4.3a** – Amorcer, dans le cadre de la refonte globale de l'image de marque du NBM-MNB, la focalisation sur l'approche pan-provinciale et sur les significations multiples qui sous-tendent ce concept.
- **4.3b** – Revitaliser les efforts visant à établir et à entretenir des partenariats avec les musées communautaires, les lieux historiques et les organismes patrimoniaux de la province.
- **4.3c** – Établir des programmes officiels de collaboration avec les établissements d'enseignement postsecondaire de la province.
- **4.3d** – Accroître la participation des élèves de la maternelle à la 12^e année en élaborant des ressources pédagogiques en collaboration avec le personnel responsable des curriculums scolaires.
- **4.3e** – Envisager des approches d'accessibilité des collections pour permettre le développement d'expériences, rapprochant ainsi le NBM-MNB des collectivités de la province.
- **4.3f** – Étudier les possibilités d'élargir et d'officialiser une série de conférences éducatives.

4.4 – Tirer parti des infrastructures, plateformes et contenus numériques pour accentuer la participation des visiteurs, des collectivités et des partenaires à l'échelle de la province.

- **4.4a** – Élaborer un plan d'engagement numérique solide, en utilisant les contenus et plateformes numériques pour étendre la portée et la participation.
- **4.4b** – Réaliser une vérification et une mise à niveau du site web.
- **4.4c** – Améliorer l'optimisation du moteur de recherche du NBM-MNB.
- **4.4d** – Poursuivre la numérisation des collections, en explorant les gains d'efficacité par alignement stratégique (p. ex. numérisation autour des expositions).

Nordicity.com
@NordicityGlobal

