

## **Orientations Stratégiques**

### **Plan d'Action 2017-2020**

#### **Musée Holocauste Montréal**

#### **VISION**

**Le Musée sera reconnu comme organisme jouant un rôle principal dans l'éducation et la commémoration au Canada, et se positionnera internationalement.**

#### **ORIENTATIONS STRATÉGIQUES**

1. Le Musée développera et augmentera sa présence et rayonnement au Canada, à travers ses collections d'histoires orales et d'artefacts et leur potentiel de recherche, des expositions itinérantes, sa programmation, ses outils, son matériel et soutien pédagogique, la commémoration, l'utilisation des technologies numériques, son expertise sur le sujet de l'Holocauste et les droits humains, et sa reconnaissance dans les médias.
2. Le Musée renforcera son leadership national et international dans le domaine de l'histoire orale dans le cadre de sa collection, la préservation, l'accès et l'utilisation des vidéos, à travers son travail dans ce domaine.
3. Le Musée sera innovant dans sa réalisation et son utilisation des témoignages, répondant ainsi aux intérêts du système d'éducation, étant donné les opportunités réduites de présentations des survivants.
4. Le Musée adaptera sa structure, ses ressources et son fonctionnement afin de consolider la croissance réalisée et pour être mieux préparer la croissance future, tirant profit des projets récents.
5. A la fin de ce Plan d'Action, le Musée aura défini sa voie : Nouveau Musée ou le renouvellement de ses aménagements existants et l'augmentation des audiences par d'autres moyens.
6. La présence en ligne du Musée sera forte, vivante, pertinente, et reconnue par le public.
7. Le Musée aura consolidé son budget, par le développement de nouveaux réseaux de collecte de fonds, des dons testamentaires et les opportunités de subventions.

Musée Holocauste Montréal

PLAN D'ACTION 2017-2020

CONSEIL D'ADMINISTRATION/PLAN D'ORGANISATION

Buts/Objectifs	Activités	Calendrier	Ressources financier	Ressources humaines	Rendements et moyens d'évaluation	Résultats
1. D'adapter les ressources, la structure, et le fonctionnement de l'organisme afin de consolider la croissance réalisée et pour être mieux préparer pour la croissance future, tirer parti des projets récents.	a) Développer des plans de ressources humaines et financières b) Embaucher, intégrer, superviser c) Revoir 6 mois après l'implémentation d) Revoir juin 2018	Déc 2016-juin 2017  Jan 2017-juin 2017  Jan 2018  Juin 2018	PAFIM Grands dons continu Subventions	-Directrice générale -Conseil d'administration -Comité financier	-Consolider les ressources humaines - Des employés compétents et complets pour atteindre les objectifs du plan d'action - Réajustement selon les besoins et si les ressources le permettent	-Les structures et ressources du MHM reflètent l'organisation effective et efficace -Employés experts, confiants et stables - Capacité d'atteindre la mission améliorée. Nouveaux publics, actions, innovation, sensibilisation
2. Explorer et évaluer les possibilités, terminer la discussion et lancer la planification d'un nouveau musée, ou d'une rénovation et d'une extension par d'autres moyens.	A) Effectuer une étude de faisabilité B) Présentation et discussion avec le Conseil C) Utiliser une voie déterminante pour décider des prochaines étapes D) Poursuivre le processus d'établissement de la direction et d'évaluation pour prendre une décision finale E) Poursuivre le développement des ressources financières au besoin F) Planifier pour l'option choisi	Juin 2017  Juin-sept 2017  Sept-déc 2017  Jan 2018-juin 2019  Avril 2018-juin 2019  Juin 2020	-Fondation Azrieli -Ressources de MHM -Dons majeurs -MCC (Québec) et PHC (fédéral)	- Sous-comité - Lord Cultural Ressources - Conseil d'administration - Directeur exécutif - Comité musée - Coordonnateur musée - Équipe du personnel - Consultants au besoin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Étude de faisabilité complétée et analysée</li> <li>• Décision sur la voie : Nouveau musée ou autres alternatives</li> <li>• Exploration de la faisabilité: plan FRD, raffinement de la planification de l'impact</li> <li>• Plan développé</li> <li>• Plan est suivi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direction stratégique du MHM est établie (vision de 10 ans)</li> <li>• Soutien à la direction assurée</li> <li>• Capacité d'atteindre un public plus vaste</li> </ul>



<p>5. D'assurer la réussite de la succession, au niveau de la direction du bénévolat et les employés</p>	<p>A) Définir les besoins du conseil d'administration d'une façon plus claire  B) Examiner la direction des comités annuellement  C) Élaborer un plan de relève: Conseil et Comités  D) Élaborer une politique de succession: personnel clé  E) Mettre en œuvre  F) Réfléchir sur les rôles du conseil et du comité</p>	<p>Mars-juin 2017   Sept annuellement   Juillet-sept 2017</p>		<p>-Comité des nominations  -Conseil d'administration  -Directeur général</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membres du conseil nommés selon le profil et les compétences</li> <li>• Diversité des membres du conseil d'administration et leadership du comité</li> <li>• Approche structurée de la succession</li> <li>• Préparation de MHM pour le changement; gestion des risques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une organisation plus forte et plus dynamique. Les besoins en leadership ont été satisfaits</li> <li>• Changement planifié et géré</li> <li>• Des structures en place</li> </ul>
--	---	---	--	---	---	---

**Musée Holocauste Montréal**

**PLAN D'ACTION MUSÉE 2017-2020**

Buts/Objectifs	Activités	Calendrier	Ressources financières	Ressources humaines	Rendements et moyens d'évaluation	Résultats
<p>1. D'atteindre un public plus vaste avec le renouvellement de notre exposition permanente et nos programmes d'expositions.</p>	<p>A) Repenser l'exposition permanente (nouveau scénario d'exposition, ou nouveau musée). Planification. B) Assurer l'itinérance des expositions itinérantes et le soutien aux hôtes des expositions C) Assurer la visibilité de l'exposition en ligne du MVC D) Renouvellement des vitrines affectées par la détérioration de l'exposition permanente E) Promouvoir et afficher l'exposition du MVC et les outils pédagogiques dans le Musée</p>	<p>A) Printemps 2018-septembre 2019  B) Continu  C) Commence décembre 2018  Possiblement 2017, probablement 2018  Continu ; Commence décembre 2018 pour l'exposition MVC</p>	<p>A) Subventions/Dons majeurs/Campagne B) Programme d'aide aux musées C) Continu D) À venir E) Continu</p>	<p>A) Chef de projet embauché; Equipe du personnel; Comité musée; Comité d'exposition (à confirmer) B) Assistant Musée et Collection (à confirmer) C) Coordonnateurs événements et communications; Éducation; musée collection D) Coordonnateur musée; technicien E) Agent aux réservations; Coordonnateur musée</p>	<p>A) Une exposition permanente renouvelée et à jour; Montrer différents artefacts B) Évaluation des expositions fournies par les lieux d'accueil C) Exposition en ligne présentant des artefacts et des vidéos D) Vitrines de musée renouvelées E) Rayonnement du matériel développé par le MHM est assuré</p>	<p>A) Renouvellement du public du musée B) Les communautés du Canada ayant peu accès à l'éducation sur l'Holocauste et les génocides sont atteints C) Une visibilité accrue en ligne D) Exposition permanente mieux conservée E) L'exposition et les outils sont connus et utilisés</p>
<p>2. Soutenir et développer les publics du musée</p>	<p>A) Mettre en œuvre la stratégie de communication pour atteindre un plus grand public non scolaire B) Élaborer un programme d'évaluation plus large des activités liées aux musées i. Effectuer un sondage auprès des visiteurs : ii. Effectuer un sondage auprès des utilisateurs de l'application mobile C) Mettre en œuvre les</p>	<p>A) Été-automne 2017 B) Été 2018 C) Continu après l'été</p>	<p>A) Continu B) Subventions Jeunesse Canada au travail ou Emplois d'été Canada C) Continu après l'été</p>	<p>A) Assistant et coordonnateur des communications et des événements B) Étudiant en muséologie; C) Coordonnateur musée</p>	<p>A) Campagne de communication ciblant le public non scolaire B) Données collectées; Changement implémenté comme possible. Change/oriente la nouvelle exposition. C) Les données recueillies dans les évaluations sont utilisées</p>	<p>A) Un plus grand nombre de visiteurs individuels au musée; Nouveaux partenariats avec d'autres musées B) Impact de la stratégie mesurée; Attentes pour une nouvelle exposition évaluée et informée. C) Le musée répond aux attentes des visiteurs.</p>

	changements en fonction des commentaires reçus lors des évaluations					
3. Augmenter le public de la collection en utilisant les stratégies numériques	<p>A) Élaborer un programme de vidéos de Curator's Corner</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étudier différentes possibilités (stage?)</li> <li>• Promouvoir les vidéos existantes et les nouvelles</li> <li>• Augmenter et varier la présence de la collection sur le site Web du MHM</li> </ul> <p>B) Numérisation, traduction, catalogage et transfert en ligne à cjhn.ca, Infomuse and Artefacts Canada</p> <p>C) Explorer les possibilités de créer une expérience virtuelle de MHM</p>	<p>A) 2018-2019; continu</p> <p>B) Continu</p> <p>C) Automne 2019</p>	<p>A) 500 \$ par vidéo + Jeunesse Canada au travail ou Emplois d'été Canada</p> <p>B) Actuel, PAFIM</p> <p>C) Actuel</p>	<p>A) stagiaire; Étudiant d'été</p> <p>B) étudiant d'été; Assistant Musée et Collection (à confirmer); Coordonnateur musée et collection</p> <p>C) Coordonnateur musée</p>	<p>A) 4 vidéos déjà produites; De 4 à 8 nouvelles vidéos seront produites</p> <p>B) Toutes les nouvelles accessions sont numérisées, la collection est documentée et disponible en ligne</p> <p>C) Les possibilités sont identifiées; Si possible, un plan est rédigé</p>	<p>A) 4 vidéos déjà produites; De 4 à 8 nouvelles vidéos seront produites</p> <p>B) Toutes les nouvelles accessions sont numérisées, la collection est documentée et disponible en ligne</p> <p>C) Les possibilités sont identifiées; Si possible, un plan est rédigé</p>
4. Assurer la vitalité et la croissance de notre collection	<p>A) Élaborer un plan d'acquisitions pour la collection</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorer les possibilités d'une collecte nationale</li> <li>• Faire des recherches auprès d'autres musées</li> </ul> <p>B) Mettre en œuvre un plan d'aliénation pour la collection permanente du MHM</p> <p>C) Conservation préventive de l'exposition permanente</p> <p>D) Ajuster les niveaux de lumière aux normes de conservation</p>	<p>A) 2017-2018</p> <p>B) Mai 2018</p> <p>C) 2017-2020 (quelques jours de fermeture du musée chaque année)</p> <p>D) Calendrier FCJA</p>	<p>A) Subvention Inter-Action (à confirmer); Continu</p> <p>B) Continu</p> <p>C) Continu</p> <p>D) Continu; FCJA</p>	<p>A) Coordonnateur musée et collection; Assistant Musée et Collection (à confirmer)</p> <p>B) Coordonnateur musée et collection; Assistant Musée et Collection (à confirmer)</p> <p>C) Coordonnateur musée et collection; Assistant (à confirmer); Technicien en muséologie musée</p> <p>D) Coordonnateur musée et collection; Équipe FCJA</p>	<p>A) Un plan clair pour les acquisitions futures</p> <p>B) Les objets identifiés sont aliénés</p> <p>C) 5-7 jours de fermeture du musée par année pour la conservation préventive</p> <p>D) Niveaux de lumière ajustés</p>	<p>A) La collection s'agrandit grâce à de nouveaux dons; Sensibilisation auprès de donateurs ailleurs au Canada. Reconnaissance en tant que musée national. B) Amélioration de la qualité et de la pertinence de la collection</p> <p>C) La préservation des artefacts exposés est surveillée et assurée</p> <p>D) Niveaux de lumière ajustés améliorent la conservation des artefacts exposés.</p>

Musée Holocauste Montréal

PLAN D'ACTION ÉDUCATION 2017-2020

Buts/objectifs	Activités	Calendrier	Ressources financières	Ressources humaines	Rendements et moyens d'évaluation	Résultats
1. Faire une formation pour les professeurs pour promouvoir l'utilisation des ressources pédagogiques du MHM	<p>A) Ateliers et présentations dans les conférences des enseignants, écoles, en ligne (webinaires)</p> <p>B) Formation annuelle des enseignants au MHM</p> <p>C) Séminaire d'été en anglais et en français adapté au Québec et au Canada</p> <p>D) Partagez les ressources du MHM par le biais du bulletin des enseignants, des médias sociaux</p> <p>E) Explorer les besoins et la possibilité d'un programme de formation et d'un programme éducatif pour les écoles juives, selon les ressources, le partenariat et les attentes.</p>	<p>1.1 continu</p> <p>Automne 2017, 2018, 2019</p> <p>Juillet 2018</p> <p>Continu</p> <p>2017-2018</p>	<p>Accord Canada-France? InterAction?</p> <p>Université de Sherbrooke; SCDHC?</p>	<p>A, b, c: Coordonnateurs éducation et droits humains, assistant éducation</p> <p>F) Professeurs "ambassadeurs" du MHM</p> <p>B &amp; C : Comité éducation</p> <p>Partenaires possibles</p> <p>Toronto Centre, Jewish Museum, USHMM, Mémorial de la Shoah</p> <p>D) Coordonnateurs éducation et communications, assistant éducation</p> <p>E) Coordonnateur éducation</p> <p>AJDS &amp; BJEC, UQTR et Université de Sherbrooke, McGill</p>	<p>a) Les ateliers et présentations seront développés selon les besoins/attentes des professeurs</p> <p>b) Les formations annuelles de 20-40 professeurs. Évaluation.</p> <p>c) Séminaire des enseignants 15 à 30 enseignants. Renouvelable si c'est un succès grâce à l'évaluation (formulaire, comité). Augmentation des téléchargements (Google Analytics) et réservations d'outils, utilisation par le biais d'un sondage en ligne</p> <p>Mise à jour annuelle: brochure</p> <p>d) besoins de la recherche; Programme adapté aux écoles de jour juives</p>	<p>A) Augmentation du nombre d'enseignants formés pour enseigner l'Holocauste et les problèmes connexes avec les ressources éducatives du MHM.</p> <p>B) Nombre croissant d'enseignants au Québec et au Canada connaissent le MHM et utilisent leurs ressources.</p> <p>C) Les collectivités du Canada ayant peu d'accès à l'éducation sur l'Holocauste et les génocides ont été atteints</p> <p>E) Les enseignants des écoles juives soutenu et la qualité du programme s'améliore. Les étudiants sont plus intéressés et mieux informés.</p>

<p>2. Assurer l'augmentation des visites de groupes scolaires au Musée et leur fidélisation</p>	<p>A) Élaborer des ateliers pédagogiques basés sur les témoignages de survivants et les artefacts de la collection comme alternative à la diminution des survivants conférenciers.  B) Offre des visites adaptées au public de l'école (y compris les visites plus courtes)  C) Repenser la formation des guides  D) Assurer l'utilisation d'outils dans des visites libres  E) Mieux lier l'exposition permanente et les outils et autres contenus en ligne pour l'avant et après visite.  F) Promouvoir notre offre éducative au milieu scolaire  G) Analyser l'utilisation de nos outils et visites musées et renforcer les méthodes d'évaluation.</p>	<p>Printemps 2017-2018   2018;   2017-18;   2017   Continu   Continu   Printemps-automne 2017, continu</p>	<p>Subvention Canada Summer Job</p>	<p>D) Coordonnateurs éducation et souvenir  E) Coordonnateur éducation et musée et collections  F) Coordonnateur éducation et musée et collections.  Comité éducation  G) Coordonnateurs éducation et musée et assistant éducation  H) Stagiaire ou étudiant d'été</p>	<p>10 ateliers de pré et post visite sur la base de thèmes identifiés avec les enseignants (2014-15)  - Formation d'animateurs  - Formation des guides tous les deux ans  - Formation continue pour les guides  - Nouveaux scénarios pour la visite (1-2)  - Évaluation des nouveaux scénarios et outils développés avec les enseignants</p>	<p>-Offre plus diversifiée pour les visites au musée, adapté aux besoins des groupes  - Nombre suffisant de guides pour répondre aux besoins. Meilleure compréhension du Musée par les étudiants  - MHM comprend mieux les besoins, les intérêts, les limites des enseignants. Outils adaptés.  - Les enseignants comprennent mieux ce qui leur est offert par le MHM</p>
<p>3. Développer la réputation du Musée en tant que leader dans le milieu de l'éducation sur l'Holocauste et les droits humains au Canada</p>	<p>a) Soutenir les éducateurs (voir 1) et promouvoir leur travail, notamment hors de Québec  B) Soutenir les clientèles spécifiques (p. Ex. Les francophones hors Québec, les communautés exposants nos expositions itinérantes)  C) Présenter ou assister à des conférences nationales et internationales sur l'éducation à l'Holocauste, les droits humains et les</p>	<p>Continu   Selon les opportunités   Selon les opportunités</p>		<p>A) Coordonnateur et assistant éducation   B) Coordonnateur éducation   C) Coordonnateurs éducation, musée et collection, du souvenir et des droits humains   D) Coordonnateurs Éducation, musée et collection, souvenir</p>	<p>Activités et / ou projets développés par des enseignants avec soutien MHM  Soutien du MHM offert aux enseignants et aux institutions à l'extérieur du Québec  Présentations et publications d'articles  Augmentation des téléchargements à l'échelle nationale et internationale (Google analytics) et</p>	<p>A) &amp; b) Les enseignants sont soutenus dans leur travail et comprennent que le MHM est une ressource pour eux  Le Musée est reconnu comme un point de référence pour l'éducation sur l'Holocauste  Le musée a développé des partenariats nationaux et internationaux. Nos ressources sont utilisées partout au pays.</p>



	<p>sujets connexes.</p> <p>D) Participer à des projets de recherche avec des universités et d'autres institutions</p> <p>E) Participer ou initier des projets nationaux (ou internationaux) sur l'éducation à l'Holocauste, autant que possible</p>	<p>Selon les opportunités</p> <p>Selon les opportunités</p>		<p>E) Education, Musée et Collection, Souvenir</p>	<p>utilisation et réservation d'outils MHM</p> <p>Partenariats et projets développés</p>	
--	---	--	--	--	--	--

**Musée Holocauste Montréal**

**SOUVENIR**

<b>Buts/Objectifs</b>	<b>Activités</b>	<b>Calendrier</b>	<b>Ressources financières</b>	<b>Ressources humaines</b>	<b>Rendements et moyens d'évaluation</b>	<b>Résultats</b>
1. Préparer la transition du témoignage de survivant en direct aux témoignages enregistrés avec des activités animées.	<p>1.1 Réaliser trois courts métrages basés sur les témoignages de trois survivants. Les activités qui les accompagneront lors de sessions animées également avant et après les visites seront développées et testées par l'assistant du programme d'éducation.</p> <p>1.2 Retravailler les films tests et les activités en fonction des commentaires des enseignants</p> <p>1.3 Produire 6-8 films et activités pour les différents thèmes, niveaux scolaires et dans les deux langues (Pour plus de détails, voir Plan d'action pour l'éducation).</p>	<p>1.1 février 2017</p> <p>1.2 été 2017</p> <p>1.3 2.18-2020</p>		<p>Coordonnateur souvenir</p> <p>Coordonnateur éducation</p> <p>Assistant éducation</p> <p>Cinéaste / éditeur</p> <p>Enseignants pour tester les activités</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8-10 courts métrages basés sur des témoignages vidéo de survivants individuels et sur différents thèmes</li> <li>• Activités avant et après visites pour animer des sessions pour chaque film</li> <li>• Évaluation par les enseignants dans le développement et les tests</li> <li>• Évaluation par les enseignants après la mise en place des activités</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le MHM est prêt à répondre aux besoins des écoles dans le contexte de moins de témoignages de survivants</li> <li>• Les outils et les activités du MHM sont considérés comme une bonne alternative et renvoient aux pratiques canadiennes et à l'étranger.</li> </ul>
2. Promouvoir la collection d'histoire orale et les outils aux différents publics	<p>2.1 Participation et présentations lors de conférences nationales et internationales, ateliers sur l'histoire orale et comment l'utiliser pour enseigner l'Holocauste</p> <p>2.2 Continuer la production de clips vidéo de notre collection d'entrevues pour les projets, le site Web, le bulletin, etc.</p> <p>2.3. Télécharger des informations sur notre collection d'histoire orale sur le site Web de CJHN</p>	<p>2.1 comme les opportunités se présentent</p> <p>2.2 Continu</p>		<p>Coordonnateur souvenir</p> <p>Coordonnateur éducation</p> <p>Bénévoles</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentations, ateliers, articles</li> <li>• Clips vidéo</li> <li>• Base de données d'histoire orale partagée sur le site Web de CJHN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenariats avec d'autres établissements de recherche et d'enseignement</li> <li>• Plus de sensibilisation à ce que nous pouvons offrir en termes d'histoire orale</li> <li>• Une visibilité accrue sur Internet</li> <li>• Collection plus accessible aux étudiants et aux chercheurs et au grand public</li> </ul>
3. Apporter aux étudiants des activités liées au souvenir	<p>3.1 Reprendre le programme Bar / Bat Mitzvah of Remembrance avec des synagogues</p> <p>3.2 Partenaire avec les écoles juives pour amener les activités de commémoration dans les écoles</p>	<p>3.1 2017-2018</p> <p>3.2 2017-2020</p>		<p>Coordonnateur souvenir</p> <p>Coordonnateur éducation</p> <p>Enseignants</p> <p>Administration scolaire</p> <p>Bénévoles</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de Bar / Bat Mitzvah de Souvenir organisé</li> <li>• Rapport sur les programmes commémoratifs dans les écoles</li> <li>• Événement de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenariats avec quelques synagogues offrant un programme pour les familles intéressées.</li> <li>• Les écoles peuvent</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- explorer ce qui se fait actuellement dans les écoles</li> <li>- proposer des activités commémoratives aux écoles intéressées</li> </ul>				commémoration / souvenir organisé en 3-4 écoles intéressées	apporter une composante de souvenir appropriée dans les salles de classe et les assemblées. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Souvenir et éducation liés</li> </ul>
4. Continuer à développer notre catalogue ainsi que notre collection d'histoire orale	4.1 Continuer à faire des entretiens avec des survivants 4.2 Continuer à cataloguer notre collection dans FileMaker	4.1 Continu  4.2 Continu		Coordonnateur souvenir Bénévoles	-5 nouveaux entretiens/entrevues par année -Collection cataloguée au complet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notre collection d'histoire orale peut être utilisée plus largement dans notre travail éducatif et nos programmes</li> </ul>
5. Continuer à organiser les commémorations	5.1 Repenser la commémoration de Kristallnacht – la fréquence et le programme 5.2 Continuer les commémorations Yom Hashoah	5.1 2017  5.2 continu		Coordonnateur de souvenir Comités YHS et KN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Différentes programmations pour le 80ème anniversaire de la Kristallnacht et pour les années plus petites</li> <li>• Efforts pour impliquer différentes sections de la communauté juive lors des commémorations telles que les Juifs séfarades</li> </ul>	-Assurer que les deux commémorations restent pertinentes aux 2ième et 3ième générations et à la communauté de Montréal

**Musée Holocauste Montréal**

**Communications & Évènements**

<b>Buts/Objectifs</b>	<b>Activités</b>	<b>Calendrier</b>	<b>Ressources financières</b>	<b>Ressources humaines</b>	<b>Le rendement</b>	<b>Résultats</b>
1. Développer la stratégie de marque du Musée Holocauste Montréal	1. Élaboration de lignes directrices et d'itérations de communications de la nouvelle marque 2. La mise en œuvre, à mesure que les matériaux sont remplacés, immédiatement dans un nouveau site Web, la programmation, les outils de marketing 3. Les lignes directrices d'évaluation élaborées afin de proposer des ajustements, le cas échéant. 4. Promotion du Musée et ses expositions, programmes et activités 5. Mise en place d'un nouveau nom	1. 2017  2. 2018  3. Continu		Coordonnateur communications  Assistant événements  Toute l'équipe	1. Brandbooks et modèles achevé et mis à jour avec un modèle de tout outil de communication 2. Plan de communication 3. Nouveaux outils imprimés et distribués	Court terme : nouvelles pratiques de communication mises en œuvre, utilisées Long terme : nouvelle marque et non reconnu par le grand public et les médias
2. Développer une présence en ligne forte, vibrante, pertinente et reconnue par le public	1. Achèvement du nouveau site Web et l'assurance d'un bon référencement 2. Mise à jour du site, ajout et modification du contenu (objets, témoignages, positions publiques) en plus des mises à jour de routine 3. Évaluer et ajuster la stratégie numérique 4. Promouvoir l'utilisation de l'exposition virtuelle. Évaluez l'impact sur les visiteurs et ajustez.	Hiver 2017  Printemps 2018  Continu		Coordonnateur communications + consultant en stratégie numérique  Assistant événements  Coordonnateur musée  Toute l'équipe	1. Rapports de Google analytics et évaluation du site. Augmentation des visiteurs canadiens et internationaux chaque année 2. Site Web pertinent et à jour avec un nouveau matériel pour les visiteurs de retour 3. Rapport de stratégie numérique + SEM. Nombre d'abonnés croissant (10% par an de Twitter et Facebook). Contenu frais, pertinent.	À court terme: utilisation accrue de nos sites Web et médias sociaux  Résultats à long terme: le MHM est visité et sollicité à travers le Canada et à l'étranger en tant que ressource en ligne

	5. Assurer la croissance du YouTube Channel				Parle à l'Holocauste et aux droits humains 4. Rapport de visite d'exposition virtuelle. Si le financement est disponible, les ajustements au référencement 5. Surveillance des statistiques et suivi annuels	
3. Augmenter le numéro de visiteurs au musée	1. Explorez les moyens d'accroître les visiteurs individuels du Musée, y compris le partenariat pour 2 musées 2. Promotion de l'exposition permanente et des expositions temporaires 3. Développer une offre de visites guidées sur une base régulière pour le grand public	1. Automne 2017  2. Été 2017  3. Continu  4. Automne 2017/Hiver2018		Coordonnateur des communications  Assistant d'événements  Coordonnateur du musée/Nouveaux employés du musée	Une variété de moyens explorés: la publicité, l'intégration de la promotion du musée dans les événements, les ambassadeurs, encourager les visiteurs à utiliser les critiques en ligne, etc. Augmentation du nombre de visiteurs individuels de 20% en 3 ans.	À court terme: augmentation du nombre de visiteurs dans nos espaces d'exposition le dimanche, pendant les vacances scolaires, mercredi soir et pendant l'été. Résultats à long terme: le MHM doit développer de nouveaux espaces
4. Attirer un public diversifié aux programmations des événements	1. Évaluer la première année de programmation biannuelle. Régler 2. Chercher de nouveaux partenariats, consolider ceux existants. 3. Distribuer le programme d'événements 4. Programmes thématiques prévus selon les expositions, thèmes principaux pour la saison 5. Ciblage des clientèles par programme.	1. Printemps-été 2017, régler/ajuster 2018  2. Automne 2017/hiver 2018  3. Été 2017  4. Continu		Coordonnateur communications  Assistant événements  Comité de la programmation éducative  Coordonnateur droits humains	Nombre de participants, évaluation par les participants Discussion du comité Divers partenaires qui correspondent à des orientations stratégiques Atteindre un public plus grand et élargi, plus de francophones Cohérence des programmes saisonniers Évaluation des participants positif et instructif pour la programmation future	À court terme: Augmentation de la fréquentation du public lors des événements MHM.  Résultats à long terme: Meilleure intégration des activités du MHM: Musée, expositions, programmation d'événements, travail éducatif

Musée Holocauste Montréal

Plan d'Action Droits humains 2017-2020

Buts/Objectifs	Activités	Calendrier	Ressources financières	Ressources humaines	Rendements et moyens d'évaluation	Résultats
<p>1. Donner des pouvoirs et éduquer les jeunes (à travers le CDH) afin de favoriser les issues de droits humains.</p>	<p>1. Invitez les personnes ressources aux réunions du comité DH pour présenter différentes questions relatives aux droits humains.                  2. Engager les membres du CDH dans l'organisation des activités relatives aux droits humains (événements, ateliers)                  3. Augmenter la participation des jeunes du Conseil des droits humains dans les événements, les ateliers et la formation (Ex: consultation annuelle du CCR, congrès de la jeunesse d'Amnistie internationale, séminaires organisés par les universités, évènements organisés par différentes communautés)                  4. Rejoignez et engagez les jeunes de diverses communautés et milieux dans le travail des MHM en matière de droits humains.                  - Renseignements sur divers réseaux de jeunes (associations d'étudiants, organismes communautaires, radios communautaires)                  5. Améliorer le partenariat avec MOL. Fournir un suivi / s'engager pour la marche adulte en Pologne (pas les jeunes ou les DH)</p>	<p>1. Commence printemps/automne 2017 (continu)                  2. Annuellement                  3. Commence hiver 2017 (continu)                  Hiver 2017</p>	<p>Oui : Gen-J accordé</p>	<p>Coordonnateur droits humains + CDH</p>	<p>1. La formation aux questions relatives aux droits humains est organisée pour les membres du CDH au moins deux fois par an. Commentaires des participants.                  2. Quatre événements, ateliers réalisés avec la participation active des membres du CDH.                  3. Les membres du CDH ont assisté à au moins deux événements par an. Rapport des participants.                  4. Comité de 10 personnes de différentes communautés impliquées dans le comité de la CDH.                  - Croissance de la présence du MHM sur les plates-formes étudiantes, divers médias.                  5. Les sessions de planification et le soutien sont développés annuellement avec MOL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• À court terme : connaissance accrue des jeunes en matière de droits humains.</li> <li>• À long terme : les jeunes montréalais se sont davantage engagés dans les questions relatives aux droits de la personne</li> <li>• À court terme : sensibilisation au MHM en tant qu'organisation intéressée par les droits humains et en tant que partenaire potentiel.</li> <li>• À long terme: MHM reconnu comme porte-parole des droits humains</li> <li>• L'expertise est mieux reconnue et l'approche de la jeunesse juive plus cohérente, l'utilisation de cette expertise.</li> </ul>
<p>2. Développer l'expertise du MHM sur les droits humains dans le cadre de l'Holocauste</p>	<p>1. L'achèvement d'un nouveau site web et assurer un bon SEO (Optimisation pour les moteurs de recherche)                  2. Mise à jour du site web,</p>	<p>Hiver 2017                  Printemps 2018</p>		<p>Coordonnateur communications + consultant en stratégie numérique</p>	<p>1. Contenu développé et mis en œuvre. Outil apprécié par les guides du musée.                  2. Activité développée et mise en œuvre. Méthode</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• À long terme : la compréhension par le personnel et les bénévoles du lien est approfondie. Notre rôle et nos</li> </ul>

	<p>addition et modification du contenu (objets, témoignages, déclarations de position) en addition aux mises à jour routines.</p> <p>3. Évaluer et ajuster la stratégie numérique</p> <p>4. Promouvoir l'utilisation de l'exposition virtuelle. Évaluez les visiteurs et ajustez.</p>	Continu		<p>Assistant d'événements</p> <p>Coordonnateur de musée</p> <p>Toute l'équipe</p>	<p>d'évaluation : questionnaire pré / post pour les enseignants et les étudiants.</p>	<p>responsabilités en tant que musée de l'Holocauste en termes de droits humains sont plus clairs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• À court terme : renforcement de la connaissance et de la sensibilisation du public</li> </ul>
<p>3. Développer un public plus étendue pour l'exposition « Ensemble contre le génocide »</p>	<p>1. Créer la section finale de l'exposition sur génocide (experts numériques, scolaires) afin d'assurer plus de visibilité et l'utilisation de l'exposition.</p> <p>2. Mettre à jour l'exposition itinérante (deux dernières sections années 4 et 5).</p> <p>3. Augmenter le nombre de visiteurs en promouvant avec les partenariats avec les universités et les musées.</p> <p>- Accroître la participation des communautés partenaires à la promotion de l'exposition.</p> <p>4. Développer un outil pédagogique pour accompagner l'exposition du génocide.</p> <p>5. Développer un communiqué de presse (Mises à jour et liens avec les problèmes de RH contemporains) ainsi que des activités autour de l'exposition de génocide avec l'outil pédagogique en cours de développement.</p>	<p>Juin 2017</p> <p>Automne 2017</p> <p>Janvier 2018</p> <p>Été 2017</p> <p>Automne 2017</p>	<p>Oui : Fondation Dworkin jusqu'à 2017</p> <p>Futur renouvellement de la subvention?</p> <p>Programme d'aide au musée? (voyage)</p>	<p>Coordonnateur droits humains + Communautés partenaires</p> <p>+ Coordonnateur musée</p> <p>+ Coordonnateur éducation</p> <p>+ Coordonnateur communications</p>	<p>1. Nouveau thème développé avec les communautés partenaires.</p> <p>2. Exposition itinérante actualisée, itinérance de l'exposition: nombre de lieux; Rétroaction des lieux par des formulaires d'évaluation</p> <p>3. Augmentation du nombre de visiteurs en ligne. De nouveaux partenariats sont créés.</p> <p>4. Outil pédagogique développé et mis en œuvre.</p> <p>5. Activités développées et mises en œuvre. Exposition consultée en ligne (nombre de hits). Nombre d'écoles et de musées qui ont accueilli l'exposition</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• À court terme: nombre de visiteurs augmente. Le public a une plus grande connaissance du génocide.</li> <li>• À long terme: les partenariats sont approfondis.</li> <li>• À court terme: les enseignants peuvent fournir un lien clair entre l'histoire des génocides et les droits humains.</li> <li>• À long terme: sensibilisation accrue du public à la prévention du génocide. MHM acquiert une expertise sur la prévention du génocide</li> </ul>





Musée Holocauste Montréal

Plan d'Action Position Publique 2017-2020

Buts/Objectifs	Activités/Moyens	Calendrier	Ressources financières	Ressources humaines	Évaluation	Résultats
<p>1. Identifier et répondre aux problèmes émergents dans le cadre de la Politique de position publique du Musée afin d'influencer la réflexion publique et la politique</p>	<p>A) Choix des problèmes basés sur la mission, le mandat du Comité et les événements en cours                      B) Examen trimestriel des problèmes pertinents actuels                      C) Utilisation des réseaux sociaux                      D) Évaluer le rôle de MHM avec les partenaires clés.                      E) Chercher et utiliser les possibilités de partenariat et de positionnement du MHM                      F) Relations avec les médias : effort à travers le Canada                      G) Utilisation du site Web pour connaître les problèmes et les positions de MHM</p>	<p>Continu</p>	<p>Rien d'additionnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordonnateur droits humains</li> <li>• Directeur général</li> <li>• Coordonnateur communications</li> <li>• Président et membres du comité de la position publique</li> <li>• Membres du Comité des droits humains</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problèmes identifiés</li> <li>• Op-eds, communiqués de presse</li> <li>• Lettres, rencontres avec des représentants politiques</li> <li>• Partenariats avec des organisations partageant les mêmes idées sur des questions d'intérêt commun</li> <li>• Rencontres avec des représentants politiques, présentations aux Commissions. Exposé verbal</li> <li>• Partenariats : nombre et diversité</li> <li>• L'ampleur de la couverture médiatique. Sollicitation par médias</li> <li>• Relevés mensuels / articles / vidéos ou interviews sur les problèmes actuels sur le site (expert ou MHM)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MHM enrichit le débat public</li> <li>• Influence sur la politique publique et / ou la réflexion publique sur l'Holocauste et les droits humains, et les liens passés / présents</li> <li>• MHM positionné comme un forum crédible sur les problèmes contemporains de droits humains</li> <li>• Nouveaux partenariats et partenariats consolidés</li> <li>• reconnaissance du rôle de MHM dans le monde entier</li> </ul>