

**LA SOCIÉTÉ HISTORIQUE DE SAINT-BONIFACE**

**PLAN STRATÉGIQUE**

**2020-2023**

**Novembre 2019**

# LA SOCIÉTÉ HISTORIQUE DE SAINT-BONIFACE

## PLAN STRATÉGIQUE

### INTRODUCTION

#### **Profil de l'organisme**

La Société historique de Saint-Boniface (la Société), fondée en 1902, a pour mandat de préserver et de promouvoir le patrimoine des Francophones et des Métis dans l'Ouest canadien et en particulier au Manitoba. Au fil des ans, la Société a œuvré dans tous les domaines du patrimoine métis et francophone du Manitoba et de l'Ouest canadien : recherches historiques, muséologie, généalogie, archives, publications, expositions, conférences, etc.

Depuis l'ouverture du Centre du patrimoine, édifice construit en 1998, la Société concentre ses efforts dans trois secteurs clés : le service d'archives, le service de la bibliothèque historique et le service de généalogie.

La Société dispose d'un personnel permanent de quatre personnes et compte beaucoup sur ses bénévoles pour combler les besoins de traitement, de préservation, d'entrée de données d'archives et d'autres ressources documentaires qui lui sont confiées. Viennent s'ajouter à ce personnel plusieurs contractuels recrutés selon la nature des projets et la disponibilité des fonds. Son budget annuel est de l'ordre d'environ 550 000 \$. La Société est membre de divers regroupements professionnels dont l'Association manitobaine des archives, l'Association of Canadian Archivists et l'Association des archivistes du Québec.

## **Mise en situation**

En 1998, la Société s'installait dans le Centre du patrimoine, édifice conçu et construit spécifiquement pour la préservation et la promotion du patrimoine documentaire des Francophones et des Métis de l'Ouest. En prévision de ce déménagement, la Société avait obtenu trois études distinctes :

- « Le Plan d'affaires 1998-2003 », qui portait surtout sur la structure organisationnelle et les prévisions financières s'y rattachant ;
- « Le Plan global de développement du Centre du patrimoine », document qui examinait les possibilités d'expansion et de partage de services offerts par la Société dans ses nouveaux locaux ;
- « Le Plan de levée de fonds », dont le but principal était d'identifier et de proposer des mesures pour assurer une plus grande autosuffisance financière de la Société.

Dans leur ensemble, ces études traitaient de la plupart des questions et des enjeux habituellement considérés au sein d'un plan stratégique, quoique les études n'aient pas été réalisées au même moment ni par les mêmes auteurs. Dans la mesure où les questions et les stratégies mises de l'avant dans ces documents sont toujours pertinentes, elles sont reconduites dans le présent document.

La Société a participé à un programme établi par Arts Stabilization Manitoba, Inc., un organisme qui a pour mandat d'aider les organismes artistiques et culturels à améliorer leurs pratiques de gestion afin d'assurer un équilibre entre la qualité du produit culturel et les moyens de le produire. En 2003-2004 ce programme a permis à la Société de retenir les services d'un consultant qui a fait un diagnostic de la gouvernance et des pratiques de gestion de la Société. Dans la foulée de l'étude d'Arts Stabilization Manitoba Inc., le Rapport Gobeil, une étude de marketing a été menée par la firme Vidacom en 2005-2006 et un plan

de communication a été élaboré en 2007. De plus, en 2015, la Société a retenu les services de Gisèle Barnabé pour l'élaboration d'un plan d'action concernant sa campagne de financement. À ce jour, la grande majorité des recommandations découlant du Rapport Gobeil et de l'étude de marketing ont été mises en place, et la campagne de financement se poursuit avec succès.

La structure adoptée pour le présent plan stratégique est de conception classique. Chaque élément du plan comprend une définition, un constat de la situation actuelle, et ensuite l'élaboration de lignes directrices. Le présent plan ne vise l'évolution de la Société que sur les trois prochaines années, étant donné le rythme des changements dans la société et le climat d'incertitude quant au financement auxquels font face les organismes artistiques et culturels.

Les membres du conseil d'administration, les membres du personnel et quelques bénévoles travaillant de près avec la Société se sont réunis le 23 novembre 2019 afin de revoir les orientations et les grands enjeux qu'envisage la Société et d'identifier les dossiers prioritaires 2020-2023.

## **MISSION**

### **Définition**

La mission établit la raison d'être, le mandat fondamental de l'organisme. Elle se lit comme suit : « Acquérir, préserver et mettre en valeur le patrimoine francophone et métis de l'Ouest canadien et en particulier du Manitoba ».

### **Constat**

La mission de la Société découle de sa charte, laquelle date de plus de cent ans. Les participants à l'élaboration du premier plan stratégique, repris annuellement

depuis 2003-2004, avaient été invités à se pencher sur la validité de certaines parties de la mission, à savoir :

- Que veut dire « mettre en valeur » et quelles sont les activités en ce sens ?
- Devant la présence d'organisations métisses telles que la Manitoba Metis Federation, l'Union nationale métisse de Saint-Joseph et autres, la SHSB est-elle toujours habilitée « d'acquérir, de conserver et de mettre en valeur » le patrimoine métis ?
- Est-il réaliste de concevoir le territoire de la Société comme couvrant « l'Ouest canadien » - ceci place-t-il la Société en conflit avec d'autres sociétés historiques dans les provinces de l'Ouest ?

Le groupe avait vivement débattu ces questions et d'autres qui en ont découlées. Les principaux points soulevés sont reflétés ci-dessous.

### **Mettre en valeur**

- Signifie rendre accessible : faciliter la consultation et promouvoir les ressources; assurer l'accès aux sources d'information.
- La bibliothèque, les expositions, le service de généalogie et la participation des bénévoles sont des exemples de ce que fait la Société pour répondre à cette partie de sa mission.

### **Question des Métis**

- La Société a en main une riche collection portant sur la nation métisse – elle est responsable de conserver et de faire valoir cette collection, aussi bien aux Manitobains qu'aux visiteurs d'ailleurs (ex : les archives de l'Union nationale métisse de Saint-Joseph du Manitoba).
- Les intervenants métis tels que ceux mentionnés ci-dessus comptent sur les services de la Société pour les aider, par exemple, à se redécouvrir, à

revendiquer leurs droits, à produire des histoires familiales, locales, régionales et à poursuivre des recherches généalogiques, etc.

- Les Métis étaient au Manitoba avant d’être repoussés vers les autres provinces de l’Ouest – la Société doit demeurer témoin de ce lien historique.

### **Territoire de la Société**

- Il s’agit de le comprendre dans son contexte historique. À la fondation de la Société, le territoire de la Province ecclésiastique de Saint-Boniface sous la juridiction canonique de l’archidiocèse de Saint-Boniface comprenait tout l’Ouest canadien. La colonie de la Rivière-Rouge servait au début de porte vers l’Ouest. Les documents produits à l’époque sont surtout ceux de l’archevêché et ils portent sur l’ensemble de l’Ouest. Ces archives font partie des fonds gérés par la Société.
- Les fonds d’archives déposés à la Société y demeureront même s’ils portent sur un territoire plus large que le Manitoba – il n’est pas question de diviser ces fonds.
- Dans le contexte présent c’est plutôt le partage des connaissances qu’il faut favoriser et la création de partenariats en cas opportun avec les organismes homologues dans les autres provinces.

Pour les fins du présent plan stratégique, tous étaient d’accord que la mission dans sa forme actuelle est toujours pertinente et d’actualité. Les participants à la session de planification du 3 novembre 2012 avaient cependant recommandé de changer le terme « conserver » qui était reflété dans la mission pour le terme « préserver » afin de mieux exprimer la mise en œuvre des mesures préventives dans le cadre des activités de la Société.

## VISION

### Définition

La vision met de l'avant un état futur et souhaitable pour la Société, une position qu'elle s'efforcera d'atteindre durant les cinq à dix prochaines années. La vision encadre ainsi les objectifs stratégiques à retenir. Lors de l'élaboration du dernier plan stratégique, les participants s'étaient entendus sur l'énoncé de vision suivant : « La Société élargit son rayonnement et exerce un rôle accru auprès de ses clientèles par un service exceptionnel, une expertise reconnue, une saine gestion, un bénévolat engagé et des partenariats mutuellement fructueux. »

Les participants ont passé en revue les éléments suivants de la vision :

- **Transmettre les connaissances** aux générations futures pour promouvoir fierté et vitalité ;
- **Chef de file** dans ses champs de compétences ;
- **Expertise** reconnue et respectée ;
- S'adresse à une vaste gamme de **différentes clientèles** ;
- **Endroit privilégié** (qualité d'espace physique, expertise, accessibilité) pour archives institutionnelles et individuelles ;
- Rôle de **sensibilisation** de la population et de **promotion** du patrimoine ;
- **Outil de référence** pour chercheurs, individus, système scolaire ;
- **Trois « business » distinctes** mais complémentaires : archives (acquisition, préservation et accès), généalogie, bibliothèque ;
- Rôle/**importance des bénévoles** dans les opérations de la Société ;
- Préconiser une **saine gestion**/financement adéquat et stable ;
- Importance des **partenariats** et des liens professionnels.

Suite à une brève discussion, les participants à la session du 6 décembre 2014 ont choisi de retenir la vision sous sa forme actuelle.

## VALEURS

### Définition

Les valeurs dénotent les principes fondamentaux ou éléments rassembleurs qui sont partagés entre les personnes qui œuvrent au sein de l'organisme, qu'elles soient membres du conseil, employés ou bénévoles.

Les administrateurs et le personnel de la Société qui ont participé à l'élaboration du premier plan stratégique avaient proposé les idées suivantes sous cette rubrique :

- Un sens de service envers les clients, la société ;
- Un intérêt à approfondir et à alimenter les diverses perspectives historiques ;
- Un sens de bénévolat, de partage, d'expertise et de responsabilité ;
- Un sens d'aventure, de découverte, de curiosité, d'émerveillement ;
- Une fierté par rapport au Centre du patrimoine et à l'accessibilité de son contenu ;
- Contribution à un sens d'identité, à la valorisation des institutions francophones.

Une synthèse de ces idées s'était soldée comme suit :

- **La possibilité d'enrichissement personnel** : la Société rend possible la recherche en histoire qui engendre un sens d'aventure, de découverte, de curiosité, d'émerveillement, de créativité.
- **Un sens de contribution à la société** : en facilitant l'approfondissement des perspectives historiques et archivistiques des personnes qui œuvrent au sein de l'organisme, la Société favorise l'enracinement d'un sens d'identité, le maintien de la mémoire collective, le redressement des droits et la valorisation des institutions et des particuliers francophones et métis.



Les participants à la session du 21 novembre 2015 ont choisi de retenir la vision sous sa forme actuelle.

## **ACCOMPLISSEMENTS PAR RAPPORT AU PLAN STRATÉGIQUE 2019-2022**

Les participants ont fait état de la situation actuelle des activités de la Société depuis le dernier plan stratégique. En somme, cette section sert de pont entre les objectifs et activités énoncés en 2018 et ceux retenus pour la période du présent plan stratégique. Elle couvre donc la période allant d'avril 2018 à novembre 2019.

### **1. Élargir notre rayonnement**

- Acquisition de documents pour la Maison Gabrielle-Roy et appui de projets d'exposition.
- Collaboration avec l'ACFM pour le projet *Les lieux-dits en ruralité manitobaine : une histoire, un patrimoine, une culture*.
- Collaboration avec la DSFM dans le cadre de la production d'un guide pédagogique pour la tournée de l'exposition sur l'architecte Étienne Gaboury.
- Collaboration avec l'Université de Saint-Boniface en tant que partenaire dans le cadre du projet *Déploiement canadiens-français en Amérique du Nord, 1760-2014*.
- Tenue d'une conférence d'Alain Hogue et de Roger Bilodeau sur l'Affaire Forest.
- Production d'une exposition sur la Cathédrale de Saint-Boniface par Étienne Gaboury dans le cadre du 200<sup>e</sup> anniversaire de l'arrivée de Norbert Provencher. Collaboration avec la Corporation archiépiscopale

catholique romaine de Saint-Boniface à la recherche et la publication d'un livre sur les 200 ans de la présence de l'Église catholique dans l'Ouest et collaboration à la tenue du Congrès annuel de la Société canadienne d'histoire de l'Église catholique à l'Université de Saint-Boniface.

- Partenariat avec la Manitoba Metis Federation pour le financement du service de généalogie.
- Collaboration avec la Société historique de la Saskatchewan et la Société historique francophone de l'Alberta en vue d'un réseau ouest.
- Collaboration avec Cinémental à l'occasion du Festival Cinémental.
- Collaboration avec le Musée des droits de la personne (prêt de documents – fonds Georges Forest).
- Collaboration avec la Catholic Archivist Group à l'organisation de leur conférence annuelle.
- Collaboration avec l'Union nationale métisse Saint-Joseph du Manitoba à la tenue d'une rencontre afin de donner suite à l'initiative du maire de Winnipeg, « Redécouvrir Winnipeg : concilions notre histoire ».
- Collaboration au comité directeur de la Stratégie canadienne de numérisation du patrimoine documentaire (SNPD).
- Collaboration avec le Festival du Voyageur à l'occasion de leur 50<sup>e</sup> anniversaire comprenant le transfert de leurs archives au Centre du Patrimoine et le traitement de photographies.
- Offre d'atelier et d'une tournée pour les membres des Éducateurs et Éducatrices francophones retraités.
- Participation à la journée Portes ouvertes de Heritage Winnipeg au Musée du Manitoba lors de la Journée du Manitoba.

## **2. Favoriser la diversification des ressources financières**

- Un dîner-bénéfice le 15 mai 2018 suivi d'une campagne de levée de fonds a permis l'achat d'étagères afin d'augmenter la capacité d'entreposage de la chambre froide.
- Le fonds de dotation Fonds Centre du patrimoine à Francofonds se chiffrait au 31 mars 2019 à : 454 212 \$ et le sous-fonds Archives religieuses à 311 377 \$ auquel s'ajoute le fonds Société historique de Saint-Boniface détenu par la Winnipeg Foundation de 157 806 \$ pour un total de 924 664 \$ donnant une augmentation en 2018-2019 de 111 366 \$.

## **3. Rendre les ressources plus accessibles**

- L'application DISQUS a été ajoutée à la base de données des archives permettant aux internautes de facilement faire part de leurs commentaires au sujet des documents décrits et mis en ligne.
- Un projet de recherche qui a bénéficié des archives du Centre du patrimoine a été soumis avec succès pour le Prix Manitoba Prize, à savoir la publication Hé Ho ! Une célébration de culture et de patrimoine.
- Les photographies et certains documents du fonds 100 Nons ont été décrits, numérisés et rendus accessible sur le Web.
- Ont aussi été numérisées des photographies du fonds des Sœurs Grises et du Festival du Voyageur.
- Ont été numérisés et mis en ligne les annuaires de l'école des infirmières de l'Hôpital de Saint-Boniface et les photographies de graduation.

- Un module sur les Sœurs du Sauveur a été produit et est disponible sous l'onglet Sœurs du Sauveur de la section « Au pays de Riel » du site Web.
- De la promotion a été faite pour le circuit auto guidé de Saint-Boniface sur Baladodécouverte.

#### **4. Offrir une saine gestion selon les meilleures pratiques**

- Une auto-évaluation des conditions favorisant une transition de leadership a été complétée avec les participants à la session de planification du 17 décembre 2016. Cet exercice a révélé que même si plusieurs éléments sont favorables à une transition efficace, il y a certaines parties des opérations qui nécessitent une attention particulière afin que la Société soit prête pour une transition de leadership.
- Des manuels de procédures ont été élaborés pour tous les domaines d'activités de la Société. Il reste à développer un outil pour la gestion des bénévoles (ex. : manuel de formation) et pour la gestion des données électroniques. Aux manuels déjà en place, on ajoute un manuel de mesures d'urgence en cas de sinistre.
- Revue de la Politique d'acquisition du service des archives et la Politique des bénévoles.
- Revue de la Politique sur les mesures d'urgence en cas de sinistre et adoption d'une nouvelle politique, « Politique et procédures antiharcèlement ».
- L'auto-évaluation du CA et l'évaluation annuelle du directeur général ont été complétées.

- La recherche d'expertise en marketing et en prélèvement de fonds au conseil d'administration est continu. Un administrateur avec l'expertise juridique a été recruté.
- Amélioration au système de sécurité en sécurisant les serrures de certaines portes.
- Un examen des systèmes de contrôle de l'environnement des chambres froides a été complété.
- Collaboration avec le Centre culturel franco-manitobain et le Cercle Molière en vue d'une entente sur les responsabilités face aux dépenses en capital et à l'étude de l'état des bâtiments. Rencontre avec la ministre du Sport, de la Culture et du Patrimoine et visite du Centre du patrimoine.
- Reconnaissance du rôle provincial de la Société avec la signature du Protocole d'entente.

## **ENVIRONNEMENT**

### **Définition**

Conditions favorisant l'épanouissement de l'organisme ainsi que celles posant des risques à la réalisation de ses objectifs et de sa mission.

### **Constat**

Les principales forces et faiblesses internes de la SOCIÉTÉ, ainsi que les possibilités et les menaces externes discutées à la session du 6 décembre 2014 sont les suivantes :

### **Forces**

- Fonds d'archives croissants
- Conseil qui fonctionne bien – bien présidé

- Personnel compétent
- Bon programme de communication (marketing, dépliants)
- Ressources spécialisées en gestion des archives (documentation)
- Accès plus facile aux ressources, notamment par l'entremise du Web
- Au cœur de la communauté manitobaine
- Plan de levée de fonds a eu plusieurs retombées
- Porte-parole reconnu dans son domaine
- Lieu physique attrayant (Centre du patrimoine)
- Richesse des bases de données et des collections d'archives
- Bénévoles engagés et appréciés
- Réseautage efficace
- Ouverture envers la communauté
- Facilité d'accès (stationnement, réception)
- Frais abordables
- Appui remarquable aux campagnes de financement

### **Faiblesses**

- Manque de prévisibilité – permanence du financement
- Rayonnement à compléter (ex : Saint-Boniface, communautés rurales, autres provinces)
- Manque de visibilité auprès des anglophones (cependant, la clientèle actuelle qui utilise les services de généalogie est majoritairement anglophone)
- Plan de communication à revoir – bannière désuète
- Ressources étirées – danger d'épuisement
- Système de membership désuet, pas de campagne de recrutement, la valeur ajoutée du membership n'est pas mise en évidence

- Insuffisance de fonds pour l'entretien de l'édifice
- Ambiguïté concernant l'entente de services avec le CCFM et la province
- Problème de « branding » – confusion entre Société historique et Centre du Patrimoine
- Les archives sont peu connues de la population en général
- Nouveau site Web à construire

### **Possibilités**

- Nouvelles sources de financement (fondations, individus)
- Acquisition des archives des congrégations religieuses et possibilités d'appui financier
- Accéder /miser davantage sur les réseaux scolaires (ex : Heritage Fair) et miser sur la clientèle du marché scolaire
- Mettre à jour les ateliers sur la gestion des documents
- Partenariats possibles avec des groupes patrimoniaux et communautaires, Premières Nations, bureaux régionaux des Affaires autochtones, Musée canadien pour les droits de la personne, Les amis du Upper Fort Garry, universités, Diocèse de Rupertsland, Archidiocèse de Winnipeg
- Explorer les possibilités d'agrandir le rayonnement en partenariat avec la Manitoba Metis Federation et la Winnipeg Foundation
- Programmes d'appariement financier avec Francofonds
- Offrir des services à la clientèle grandissante anglophone
- Exploiter davantage les nouvelles technologies et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, technologie mobile, etc.)
- Miser sur l'arrivée des baby-boomers pour combler le manque de ressources
- Collaboration accrue avec les Premières Nations

## **Menaces**

- Financement plafonné (ex : Province du Manitoba, Jeunesse Canada au Travail, etc.)
- Population vieillissante :
  - effet sur le membership
  - perte d'information orale et documentaire
- Financement de projets ponctuels qui peut être diminué ou éliminé (ex. : partenariat avec la Manitoba Metis Federation)
- Perte de valeur attribuée au secteur du patrimoine et des archives (compressions budgétaires des gouvernements)
- Membership décroissant
- Changement de politiques des gouvernements

## **OBJECTIFS STRATÉGIQUES**

### **Les priorités 2020-2023**

À la lumière de la vision que la Société s'est fixée et suite à l'analyse des accomplissements de la dernière année, ainsi que de ses forces, faiblesses, possibilités et menaces, les objectifs prioritaires suivants sont retenus pour la durée du prochain plan stratégique :

### **ÉLARGIR NOTRE RAYONNEMENT**

En plus de maintenir ses activités courantes, la Société vise à :

- Répondre à la demande croissante de services.



- Revoir son plan stratégique de communication afin qu'il reflète ses besoins actuels.
- Cibler l'acquisition des archives des congrégations religieuses de la Corporation Catholique de la santé du Manitoba.
- Rapatrier le Fonds Gabrielle-Roy.
- Inciter le secteur éducation à travailler avec la Société en lançant une invitation aux conseillers pédagogiques à se joindre aux sous-comités de la Société et/ou en invitant les représentants du BEF à une présentation du CA et à une tournée du Centre.
- Miser sur le Protocole d'entente qui reconnaît la Société comme organisme provincial responsable des archives des francophones et des Métis du Manitoba pour assurer la collaboration entre Archives Manitoba et la Société en vue d'établir des stratégies communes.
- Clarifier les droits d'auteur et la question de la permission d'utiliser des images afin d'établir une politique d'acquisition pour l'utilisation de photos par exemple.
- Encourager la création de partenariats dans de nouveaux domaines (ex. : marketing) pour combler le manque de ressources de la Société.
- Initier la création d'activités sur le site Internet (vidéos et articles) et l'utilisation des médias sociaux (concours jeunesse, prix généalogie gratuite) permettant d'attirer la clientèle jeunesse.
- Inciter le dialogue avec les partenaires majeurs en organisant, par exemple, des présentations annuelles (sujets précis pour clientèle ciblée).
- Traduire partiellement le site Internet pour le rendre plus accessible à la population anglophone.
- Sensibiliser la clientèle aînée à l'importance de préserver les archives – dès qu'ils quittent leurs foyers, et non lorsqu'ils sont dans des foyers pour personnes aînées – sensibiliser les baby boomers lorsqu'ils déménagent

leurs parents. Aussi, sensibiliser les organismes à préserver les archives d'événements tels que Grouille Rouille, Théâtre l'air du temps, tournoi de golf, FAFM, etc.

- Cibler le secteur de l'agriculture comme élément déclencheur des archives dans les communautés rurales et créer des partenariats avec les sociétés historiques de ces communautés.
- Faire connaître le type d'archives recherchées pour que la population soit informée de ce qu'il est nécessaire de préserver.
- Élaboration d'une politique interne concernant les archives des Premières Nations.
- Promouvoir les avantages de devenir membre pour inciter la population à adhérer à son effectif. Les stratégies suivantes permettraient de s'attaquer à cette question : promouvoir un lien avec la jeunesse; offrir un membership gratuit aux étudiants; mettre sur pied des initiatives jeunesse bénévole axées sur l'aspect historique et offrir des incitatifs permettant de faire le lien entre les objectifs du programme pédagogique et une expérience enrichissante pour les jeunes; poursuivre le rapprochement avec la DSFM; explorer les possibilités d'initiatives en collaboration avec le Centre de la francophonie des Amériques; dresser une liste de tâches bénévoles axées sur la jeunesse; viser les nouveaux retraités afin de les inciter à s'impliquer comme bénévole dès le début de leur retraite; créer un partenariat avec la FAFM; les enseignants à la retraite sont aussi ciblés; viser les nouveaux arrivants et cibler Pluri-elles et l'Accueil francophone comme partenaires stratégiques; joindre la clientèle des parents par l'entremise des comités de parents; utiliser les stratégies suivantes pour promouvoir le patrimoine: articles "Saviez-vous que..." dans *La Liberté* commandité par Caisse Groupe Financier par exemple; blogs; ateliers généalogiques afin de démontrer comment il est possible de

s'impliquer comme bénévole; dresser une liste des activités de bénévolat offertes par la Société afin de jumeler les compétences des bénévoles à ces tâches; considérer l'embauche d'un coordonnateur des bénévoles.

## **FAVORISER LA DIVERSIFICATION DES RESSOURCES FINANCIÈRES**

En plus de maintenir ses activités courantes, la Société vise à :

- Poursuivre la mise en œuvre du plan d'action de la campagne de financement. Les prochaines étapes de la campagne sont les suivantes : obtenir l'accès à la base de données de Francofonds ; établir un programme de reconnaissance ; maintenir la communication avec les congrégations religieuses ; et, établir les objectifs de la campagne pour les prochaines années.
- Cibler le secteur de l'éducation, le secteur financier (ex : Caisse Groupe Financier), les archives religieuses masculines (ex. : archidiocèses), le secteur de la santé et les organismes tels que les Chevaliers de Colomb dans le cadre de la campagne de levée de fonds.
- Miser sur les activités de reconnaissance suivantes comme stratégies dans le cadre de la campagne de financement : 150<sup>ème</sup> du Manitoba ; atteinte d'un million de dollars du Fonds Centre du patrimoine en 2020 ; et, pour promouvoir l'image de marque de la Société ou un nouveau positionnement stratégique.
- Aborder la question de la nécessité d'avoir accès à un soutien administratif dans le domaine du marketing concernant la campagne de financement.
- Maximiser les revenus de la Société en révisant les tarifs de produits et de services.

- Regrouper les archives par secteurs cibles tel qu'il a été fait pour les archives religieuses et élaborer des stratégies pour gérer ces secteurs (ex. : une commandite pour le secteur de l'agriculture permettrait de mettre les ressources en place pour s'attaquer à ce secteur.
- Utiliser les legs testamentaires comme stratégie de financement.
- Mise sur pied d'une campagne de levée de fonds pour résoudre le problème d'humidité dans les voûtes de la Société.

## **RENDRE LES RESSOURCES PLUS ACCESSIBLES**

En plus de maintenir ses activités courantes, la Société vise à :

- Miser sur l'offre d'ateliers divers (ex. : histoire orale, gestion de documents, etc.).
- Développer une culture de saine gestion des documents auprès des organismes.
- Offrir une version anglaise des informations générales du site Internet pour la clientèle anglophone.
- Établir des stratégies pour s'attaquer au manque de ressources afin de répondre à la demande croissante de services de la Société.
- Adapter les infrastructures de la Société aux nouveaux besoins technologiques en tenant compte que les archives électroniques prendront de plus en plus d'ampleur durant les prochaines années.
- Prioriser le traitement des archives.
- Prioriser la refonte du site Internet qui jouera un rôle important dans la promotion des ressources de la Société et qui permettra, entre autres, de s'adapter à la technologie mobile.

## **OFFRIR UNE SAINE GESTION SELON LES MEILLEURES PRATIQUES**

En plus de maintenir ses activités courantes, la Société vise à :

- Élaborer un plan formel de relève. Ceci inclut l'élaboration d'objectifs pour le développement des talents de leadership et la mise à jour des manuels opérationnels.
- Former un comité ad hoc pour assurer le plan de relève en prévision de la retraite du directeur général en 2020. Le mandat du comité est : d'élaborer une description de poste ; de promouvoir le poste à l'interne et à l'externe ; de prévoir un poste de direction par intérim, si nécessaire ; de revoir la structure organisationnelle pour s'assurer qu'elle répond toujours aux besoins de la Société ; de contempler l'ajout de contractuels pour répondre aux besoins du poste ; de s'assurer que les deux types de compétences nécessaires pour ce poste sont considérées, soit le leadership et les compétences historiques.
- Cibler les secteurs suivants pour recruter de nouveaux membres afin de siéger au conseil d'administration et aux différents comités étant donné que le mandat de plusieurs membres du conseil se termine durant la prochaine année : justice, légal, marketing et finances. Les stratégies de recrutement sont les suivantes : réseaux sociaux, liste des membres de la Société, recrutement public, et bouche à oreille.
- Établir une structure pour encadrer les bénévoles.
- Encourager une plus grande implication des membres des comités et promouvoir une variété d'expertise.
- Promouvoir l'importance de l'auto-évaluation des compétences des membres du conseil d'administration et des membres de comités pour combler les lacunes au sein de la Société.

- Prendre en considération les recommandations de la présentation sur les rôles et les responsabilités des membres du conseil d'administration.
- Travailler avec la province afin de normaliser les budgets en capital.
- Compléter le processus formel d'évaluation du directeur général.
- Effectuer une analyse des coûts par projet destinée aux bailleurs de fonds et aux donateurs potentiels (ex. : coûts par généalogie, par boîte d'archives, etc.).
- S'attaquer à la question de la technologie numérique afin de mener à une approche intégrée des systèmes informatiques.