

# MUSÉE



la culture  
populaire  
du Québec



## Rapport annuel 2018-2019



## NOTRE MISSION

Le Musée POP témoigne de la société québécoise et étudie son évolution d'hier à aujourd'hui. Il fait découvrir les façons d'être et les savoir-faire des Québécois(es) ainsi que les éléments phares de leur vie quotidienne. Pour ce faire, il invite ses visiteurs à participer activement à l'expérience muséale.

## NOTRE VISION

Le Musée Pop rendra le Québécois fier de sa culture. Il sera la vitrine de la vie quotidienne passée et présente au Québec. Accessible et surprenant, il se distinguera par sa programmation culturelle et par son offre muséale engageante où de nouvelles approches viendront bonifier l'expérience du visiteur. Il poursuivra le développement d'un réseau de partenaires fort pour construire des assises solides dans sa communauté régionale et nationale.

## NOS VALEURS

Fierté – Excellence - Respect

## TABLE DES MATIÈRES

<b>4</b> Faits saillants	<b>14</b> Collections	<b>22</b> Membership et bénévolat
<b>5</b> Mot du président du CA	<b>17</b> Muséolab	<b>22</b> Fondation du Musée POP
<b>6</b> Mot de la directrice générale	<b>18</b> Communications et marketing	<b>22</b> Conseil d'administration
<b>8</b> Expositions présentées	<b>20</b> Ressources matérielles et techniques	<b>23</b> Équipe du Musée
<b>10</b> Éducation	<b>20</b> Activités commerciales	<b>23</b> Remerciements aux donateurs
<b>11</b> Actions culturelles	<b>21</b> Partenariats	<b>23</b> Revue de presse

63 672

Visiteurs

**FAITS SAILLANTS**

15

Expositions  
présentées

9 473

Élèves reçus  
en visite  
scolaire

17

Initiatives  
numériques

60

Activités  
éducatives et  
culturelles

121 598

Visiteurs sur  
le site  
Internet

Chers membres,

Il me fait plaisir de m'adresser à vous, pour une première fois, en tant que président du Conseil d'administration du Musée POP. J'aimerais tout d'abord remercier mon prédécesseur, monsieur Jean Asselin, qui a tenu la barre de l'institution durant les dernières années et a fait preuve d'une ténacité et d'un dévouement exemplaires. Son apport pour la survie et l'essor du Musée est immense. Pour le travail colossal réalisé, je lui offre toute ma reconnaissance, ainsi que celles de mes collègues du conseil et des membres du personnel.



Le Musée POP a entrepris de grands changements dans la dernière année en renouvelant son positionnement stratégique et en changeant son image de marque. Vous constaterez, à la lecture de ce rapport, l'impact positif de ces deux enjeux majeurs identifiés lors de l'élaboration du plan stratégique du Musée. La vision de la directrice et l'engagement du personnel ont évidemment contribué à l'atteinte des objectifs inscrits dans cette planification qui se terminera en 2020.

Je ne peux passer sous silence deux innovations majeures, soit la création du Muséolab ainsi que la concrétisation de l'Espace POP créatif Desjardins qui permettront au Musée d'entrer de plein pied dans le 21<sup>e</sup> siècle et d'entraîner ses visiteurs dans des expériences uniques et enrichissantes. Des défis importants sont à venir, en commençant par le financement qui est au cœur de nos préoccupations. Nous serons de tous les efforts pour faire reconnaître notre institution à sa juste valeur : un musée unique pour le Québec. Également, le transfert de propriété de la Collection Robert-Lionel-Séguin, de l'UQTR au Musée POP, fait toujours l'objet de discussions intéressantes entre les parties.

Je souligne l'indispensable collaboration de la Fondation du Musée et de ses administrateurs, avec à sa tête M. Jacques Picard. Ce dernier a donné un nouveau souffle à la Fondation. Sans contredit, le Musée bénéficie des retombées de son engagement et de sa détermination. Je remercie également tous les membres du conseil d'administration qui m'ont fait une place parmi eux et dont j'apprécie l'apport considérable dans la gouvernance de notre institution. Merci également à nos bénévoles pour leur dévouement au fil des ans. En terminant, j'aimerais remercier Mme Therrien et toute son équipe pour leur persévérance et leur engagement.

L'avenir s'avère prometteur pour le Musée POP et je suis convaincu qu'il demeurera un incontournable pour l'industrie culturelle et touristique de la Mauricie et du Québec.

**Marc-André Houle**  
Président du CA

## MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE



### On continue notre progression!

Une autre année remplie de succès, de nouveautés et aussi de défis importants pour assurer la pérennisation du Musée! En 2018-2019, la situation budgétaire de l'institution est toujours restée la priorité du conseil d'administration et de la direction générale tout en poursuivant le développement de l'institution. Nous subissons toujours les effets des coupes annoncées en 2016 dans le programme d'aide au fonctionnement des institutions muséales (PAFIM). Souvenez-vous, elles étaient progressives jusqu'en 2019-2020. C'est-à-dire que, chaque année, l'ampleur de la coupe augmentait et, par le fait même, le montant de la subvention diminuait. Le plan de redressement, mis en place dès novembre 2016, porte ses fruits. Celui-ci aide le Musée à diminuer les effets négatifs de la coupe et ainsi accroître son efficacité et son efficience afin de poursuivre le développement entrepris. En 2018-19, toutes les actions entreprises l'ont été en référence à cette situation qui nous pousse à être encore plus créatifs, audacieux et persévérants. Je peux vous assurer que le conseil d'administration et l'équipe du Musée mettent tous les efforts nécessaires afin de toujours maintenir l'équilibre budgétaire. Le Musée a l'immense chance de compter sur une équipe mobilisée, des partenaires et des membres fidèles qui sont encore plus engagés à atteindre le succès dans chacun des projets.

Cette année a aussi été marquée par un moment fort en émotions: le président de la corporation depuis plus de 6 ans, M. Jean Asselin a laissé son siège à M. Marc-André Houle. Ce dernier agit à titre de président intérimaire depuis décembre. Je tiens à remercier chaleureusement M. Asselin de m'avoir fait confiance lorsqu'il m'a embauchée en septembre 2016, dans la tourmente des coupes de subvention. Je reconnais et salue aussi son engagement et son affection indéfectibles envers le Musée, sa disponibilité, ses judicieux conseils, son agréable personnalité ainsi que son esprit rassembleur. Merci pour tout M. Asselin!

Un autre moment fort qui confirme le dynamisme du Musée est son changement d'image de marque. Plus moderne, plus actuelle et plus attractive, cette nouvelle image a assurément contribué à l'augmentation de fréquentations qu'a vécue l'institution cette année. On sent définitivement un plus grand intérêt de tous les acteurs culturels et touristiques qui gravitent ou non autour du Musée.

Pour l'année qui vient de se terminer, la Musée a connu une augmentation de fréquentation globale de 23 % et les états financiers vérifiés nous indiquent que notre solde de fonds à la fin de l'exercice est 170 000 \$.

### La collection

L'équipe de conservation poursuit son travail d'emballage d'objets pour la préparation d'éventuelles rénovations à la Réserve. De plus, le Musée s'est doté d'une nouvelle base de données plus fonctionnelle pour les besoins modernes de collectionnement. Le Musée a acquis notamment une collection impressionnante et très intéressante de jouets (109 pièces), trois sculptures d'art populaire en lien avec le hockey ainsi que des artefacts en lien avec la Vieille Prison de Trois-Rivières (777 pièces). Le plan de développement de gestion des collections a été mis à jour et sert d'outil quotidien à l'équipe des collections et du Musée.

### Les expositions

En 2018-19, l'exposition vedette était « *Autour d'une Broue! L'aventure de la bière au Québec* », présentée par Molson Coors. Notre partenariat financier avec Molson Coors nous a permis d'offrir une programmation culturelle diversifiée (conférences, ateliers, activité de réalité virtuelle, etc.) et aussi la création d'une bière à l'effigie du Musée, brassée par le Trou du Diable, la POP IPA distribuée à travers le Québec. L'exposition est captivante, ludique et adaptée aux familles. Elle a dé-

finitivement contribué à l'augmentation de la fréquentation globale de l'institution (23%) ainsi qu'à l'augmentation de 16% des ventes de forfaits (Musée/Prison).

Cette année, nous avons déposé et obtenu un financement de 390 000 \$ du ministère de la Culture et des Communications, pour le renouvellement de l'expérience de visite de la Vieille prison ainsi que pour la réalisation d'une exposition permanente sur le monde carcéral qui sera présentée dans le Musée. Une introduction ou une conclusion à l'expérience qu'offrira la visite de la prison et, un atout de plus, pour augmenter la vente de forfaits Musée/Prison. Elle sera présentée à partir de juin 2020. Celle-ci sera historique, diversifiée, interactive et traitera de différents personnages romancés qui ont gravité autour de la prison. Nous sommes en préparation de cette prochaine exposition vedette.

Un travail colossal a été réalisé pour mettre en place la toute première exposition permanente directement en lien avec la mission du Musée, celle-ci ne présente que des objets de notre collection, une fierté.

### **Nos partenaires**

Une fois de plus, le Musée a travaillé très activement avec ses nombreux partenaires notamment pour l'inauguration d'une nouvelle scène du Festivoix dans la cour de la prison, pour la présentation des expositions du réseau In-Terre-Actif, de Comsep, de la Biennale internationale de sculpture contemporaine et des œuvres réalisées par les élèves de l'Académie des Estacades. Mentionnons également la présentation d'activités culturelles telles que Poète en prison avec le Festival international de la poésie, l'assermentation de plus d'une trentaine de nouveaux Canadiens en collaboration avec l'Institut pour la citoyenneté canadienne, la remise de l'Ordre de la Pléiade lors des Journées internationales de Francophonie en Mauricie, la Chasse aux cocos de Pâques avec le Musée des Ursulines et la Chocolaterie Samson, etc. Le Musée a à cœur l'élargissement de son réseau de partenaires afin de créer des alliances qui continueront à faire rayonner notre culture québécoise.

Je veux également souligner l'excellente collaboration de la Fondation du Musée, qui, sous la présidence de M. Jacques Picard, connaît un essor prometteur pour les prochaines années.

### **Et la suite...**

Nous poursuivons notre travail dans la recherche de solutions afin d'amoindrir l'effet des coupes sur notre fonctionnement auprès des principaux bailleurs de fonds et partenaires, le MCC et la Ville de Trois-Rivières. Nous avons préparé le dossier de dépôt afin que le Musée obtienne son agrément de Musée reconnu et soutenu. Dans cet exercice, toutes les politiques internes ont été mises à jour. Avec cette accréditation, le Musée pourra continuer de déposer des demandes de financement dans le cadre du PAFIM. Nous préparons également le renouvellement du bail emphytéotique afin d'être en mesure de déposer une demande de financement pour réaliser des améliorations locatives sur le bâtiment de la Réserve et ainsi, conserver cet acquis. Les discussions ont également repris avec l'UQTR afin que le Musée devienne propriétaire de la Collection classée Robert-Lionel-Séguin.

La continuation de nos projets novateurs attachés à différents programmes de financement; la mobilisation du CA, de l'équipe d'employés, de la Fondation, des bénévoles et de nos partenaires; la matérialisation de notre exposition permanente, du Muséolab et de l'Espace Pop numérique Desjardins; ces trois facteurs nous poussent vers un avenir prometteur. Je suis confiante que l'avenir sera bon pour le Musée POP!

### **Valérie Therrien**

Directrice générale

## EXPOSITIONS PRÉSENTÉES

### **Autour d'une broue: l'aventure de la bière au Québec**

L'histoire de la bière au Québec, du début de la colonie jusqu'aux microbrasseries, sans oublier la célèbre pièce *Broue*. L'exposition révèle à quel point cette boisson fait partie de la culture populaire des Québécois d'hier à d'aujourd'hui.



### **Notre Far West: les 50 ans du Festival Western de St-Tite**

Le Festival Western de Saint-Tite est un véritable phénomène de culture populaire depuis déjà 50 ans. Le Musée souligne cet impressionnant parcours avec une exposition au rythme du country et des rodéos.



### **BDQ: l'art de la bande dessinée québécoise**

Cette exposition présente les artistes et les artisans de la bande dessinée québécoise et permet au public de constater à quel point le Québec regorge de talents dans l'univers du 9ème art. La bande dessinée québécoise n'a rien à envier à la BD européenne ou américaine!



### **Le porc s'expose: 400 ans de présence au Québec**

Exposition retraçant l'histoire du porc au Québec, les enjeux de l'industrie porcine et son rôle dans l'économie québécoise. Une exposition itinérante du Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation.



### **Quand Boucar Diouf s'intègre au bois**

Les œuvres du duo de sculpteurs Viatour-Berthiaume inspirées de l'univers de Boucar Diouf.



### Les vedettes de la collection

Trois grandes vitrines présentent des trésors cachés de nos collections. En ce moment, vous pouvez y admirer des jouets de notre collection! Un retour en enfance nostalgique pour les plus vieux et une découverte pour les plus jeunes.



### Un pays qui nourrit

Située dans le couloir menant à la cour du Musée et se poursuivant ensuite à l'extérieur, cette exposition met en valeur les bâtiments patrimoniaux de la collection Robert-Lionel-Séguin et présente un panorama de la réalité agricole canadienne-française sur une période de cent ans.

### Change le monde, une œuvre à la fois

L'exposition met en valeur des œuvres médiatiques conçues par des jeunes provenant d'écoles secondaires, de maisons de jeunes de la région, ainsi que d'adultes impliqués au sein d'organismes communautaires.



### Vague démographique : mouvance des cultures

Un projet de création d'estampes entre des artistes autochtones de différentes Nations et des artistes québécois.

### Dénombrement – Regard sur l'incarcération au féminin

Une installation vidéo documentaire portant sur le vécu des artistes communautaires du collectif Art Entr'Elles ayant une expérience carcérale.



### Une onnée de mots

Œuvre d'art collective réalisée par les participants en alphabétisation de COMSEP. Récipiendaire des Prix culturels de Trois-Rivières.

## EXPOSITIONS PRÉSENTÉES

suite

### Les cordes à linge, des Monténégrins aux voisins

La photographe Linda Turgeon s'intéresse au quotidien des peuples du Monténégro, de la Croatie, de la France, de la Thaïlande, du Québec et d'autres lieux, par le biais des cordes à linge.



### Challenger 2018

L'artiste Torontois Brandon Vickard présente *Challenger 2018*, une œuvre réunissant culture populaire et art contemporain où le progrès scientifique est tourné en dérision. Exposition présentée dans le cadre de la Biennale nationale de sculpture contemporaine de Trois-Rivières 2018.

### Détour des mondes et Inspirations western

En partenariat avec l'Académie Les Estacades, le Musée a présenté deux expositions dans ses vitrines avant avec les œuvres réalisées par les élèves au cours de l'année scolaire.



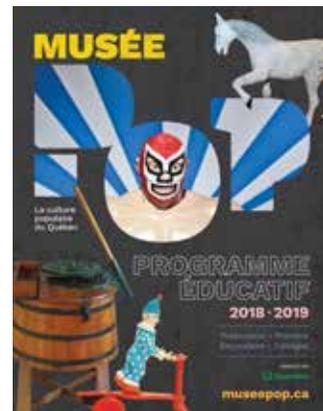
## ÉDUCATION

L'équipe d'animation développe chaque année une panoplie de nouvelles activités pour la clientèle scolaire. Des 21 propositions de la programmation 2018-2019, quatre étaient des nouveautés dont l'activité *ChronoPOP* utilisant les nouvelles technologies numériques pour faire connaître des objets de la collection, numérisés en 3D. Cette activité a d'ailleurs remporté un prix Numix!



Le Musée a accueilli près de 9 500 élèves, de niveau préscolaire jusqu'au collégial, provenant de partout au Québec.

L'équipe d'animation a également commencé la préparation de la programmation scolaire qui sera en lien avec la toute nouvelle exposition permanente *Attache ta tuque!* et qui promet d'être emballante!



## ACTIONS CULTURELLES

La programmation destinée aux familles et au grand public est une priorité pour l'équipe du Musée. Les activités proposées cette année ont connu un franc succès!



### Public famille

Le public familial est une préoccupation constante au Musée. Une des nouveautés, fort appréciée des enfants, est l'activité *Muséologue d'un jour*. Tous les enfants en visite au Musée se voient remettre un macaron authentifiant leur rôle de muséologue. Ils doivent prendre part à une mission, soit de déterminer, parmi tous les précieux objets des collections présentés dans les salles d'exposition, celui qui mériterait, selon eux, d'être nommé l'objet vedette du Musée POP. La participation est remarquable et le résultat est présenté, chaque lundi, sur la page Facebook du Musée.

Le public familial a été convié à participer aux activités suivantes, durant la dernière année:

- ◆ *La grande évasion*, un parcours familial dans la prison durant la Relâche scolaire
- ◆ *Défi évasion ados*, un parcours pour adolescents, en soirée, dans la prison pour la relâche scolaire
- ◆ Une conférence-dégustation, de l'Académie des Ripailleurs, sur le porc québécois a également été offerte durant la semaine de Relâche ainsi qu'une course au cochon doré dans les salles d'exposition du Musée et un atelier de décoration de tirelire.
- ◆ Une chasse aux fantômes, dans la prison, pour la période de l'Halloween.
- ◆ *La fabrique à crème glacée*, une activité réalisée en collaboration avec la Chocolaterie Nancy Samson. Les familles étaient invitées à découvrir, à l'aide d'un jeu numérique, des objets inusités de la collection, dont une baratte à crème glacée. L'activité se poursuivait à la chocolaterie pour découvrir la fabrication artisanale de la crème glacée d'aujourd'hui.
- ◆ Le *Parcours chocolaté de musée en musée*, en partenariat avec le Musée des Ursulines, le Collège Laflèche et la Chocolaterie Samson, est en train de devenir un incontournable de la fête de Pâques pour les jeunes familles de la région.
- ◆ Durant le mois de décembre, les familles avec de jeunes enfants étaient conviées à découvrir *Les bébelles de Papi et Mamie*, une activité de découverte de jouets anciens de la collection. Un espace-jeu a été créé pour permettre aux enfants d'expérimenter des jouets traditionnels: billes, toupie, jeu de cartes, bolo, etc. Un atelier de décoration de yoyo suivait l'activité.
- ◆ Les fêtes d'enfants ont continué d'attirer de nombreuses familles.
- ◆ Une programmation spéciale a été offerte aux familles durant la saison estivale.
- ◆ L'équipe d'animation a également participé à la programmation du Festival *Les Petits Bonheurs* avec une activité spécialement conçue pour les enfants de 3 à 5 ans.



# ACTIONS CULTURELLES suite

## Public adulte

La programmation offerte au public adulte était des plus variées cette année. L'exposition *Autour d'une broue* a été l'occasion de présenter une pléiade de nouvelles activités tout en continuant d'offrir nos incontournables. Voici un aperçu des activités offertes:

- ◆ Visite commentée de l'exposition *Autour d'une broue* durant la saison estivale, avec ou sans dégustation de bières de microbrasseries.
- ◆ Visite commentée de l'exposition extérieure *Un pays qui nourrit*, sur l'importance de l'agriculture des débuts de la colonie jusqu'au début du 20<sup>e</sup> siècle.
- ◆ Activité *Pendant c'temps-là à taverne* où une visite guidée de l'exposition *Autour d'une broue* était jumelée à une dégustation de nourriture de taverne et de bières de microbrasseries.
- ◆ *Rencontre autour d'une broue avec Michel Côté* où le célèbre comédien est venu raconter d'innombrables anecdotes de la célèbre pièce de théâtre.
- ◆ Soirée *Switch & Kitch*, une activité festive d'échanges de vêtements.
- ◆ *Maman et bébé au Musée*, une programmation spéciale pour les nouvelles mamans, comprenant atelier de couture et découverte des expositions.
- ◆ *À chacun son kombucha*, un atelier de fabrication de la fameuse boisson fermentée.
- ◆ Le traditionnel *Parcours de peur* a su rallier un public fervent de bonne frousse, comme à chaque année.
- ◆ Programmation spéciale pour les résidences d'aînés.

## Grand public

Le Musée collabore avec différents partenaires pour offrir une programmation variée au grand public. En voici quelques exemples :

- ◆ Concerts du *Festivoix* dans la cour de la prison.
- ◆ Salon *Etsy*
- ◆ *Poètes en prison* dans le cadre du Festival international de la poésie de Trois-Rivières
- ◆ Cérémonie de citoyenneté canadienne organisée par l'Institut pour la Citoyenneté Canadienne (l'ICC)
- ◆ *Concert-lunch* des élèves du Conservatoire de musique de Trois-Rivières
- ◆ Piano public et prestations en collaboration avec *Cultur3r*
- ◆ Kiosque de fruits et légumes en partenariat avec la ferme *La chouette Lapone*.
- ◆ Station de réalité virtuelle en lien avec l'exposition *Autour d'une broue*, qui permet d'entrer dans une taverne des années 1970 ou dans les installations du Trou du Diable, microbrasserie de Shawinigan.



Le Musée a également organisé son tout premier “dévernissage” pour l’exposition BDQ. En effet, une soirée festive a permis aux amateurs de BD de s’offrir, lors d’un encan silencieux, différentes pièces de décor, albums de bandes dessinées et autres objets dérivés qui n’étaient pas des artéfacts, mais bien des éléments de muséographie de l’exposition qui fermait ses portes en décembre dernier.

Autre fait à souligner, la création de la bière *POP IPA* de la microbrasserie *Le Trou du Diable*, créée spécialement pour le Musée!



# COLLECTIONS

## Recherche et mise en valeur de la collection

L'exposition permanente *Attache ta tuque ! Une virée décoiffante dans la culture québécoise*, ouverte en juillet 2019, a été un moment charnière pour la recherche et la mise en valeur des collections du Musée. En effet, le travail de conception et de réalisation de l'exposition poursuivait notamment l'objectif de mettre en valeur les objets phares des collections du Musée. De plus, ce projet constituait un moment unique pour acquérir de nouveaux objets de collection qui caractérisent le mode de vie actuel des Québécois.

## Le traitement des collections du Musée POP

Le chantier des collections complète sa troisième année. Cet ambitieux projet d'inventaire et d'emballage des collections constitue un travail d'importance afin de bonifier les conditions de conservation préventive des artefacts avant leur déplacement temporaire afin d'effectuer quelques rénovations à la réserve actuelle. Pour ce faire, nous avons reçu la confirmation de la Commission scolaire Chemin-du-Roy, qui deviendra propriétaire de la réserve en 2021, que le Musée pourra demeurer locataire des lieux pour une période de vingt-cinq (25) années.

Ce chantier se trouve dans le contexte plus large de la réfection de la toiture et de l'aménagement de nouveaux systèmes d'entreposage. En ce sens, celui-ci favorisera la préservation du patrimoine dont le Musée a la charge et il est indéniable que le déménagement des collections ne peut se faire de façon professionnelle sans que tous les artefacts aient été vus, traités et emballés adéquatement. Également, nous tenons à mettre à jour l'inventaire complet des collections afin de nous assurer que celles-ci répondent toujours aux objectifs de collectionnement de notre institution. Le *Plan de développement des collections* mis en place en 2017 constitue un outil de travail de premier plan pour poursuivre la restructuration des collections.

Pour cette troisième phase, les travaux ont surtout été concentrés sur le traitement, l'emballage et l'encaissement d'artefacts des catégories *Objets de communication*, *Objets de récréation* et, *Objets personnels* de la Collection du MPOP. Les travaux de réalisation ont débuté le 26 juin 2018 et se poursuivent jusqu'en juillet 2019. Les activités réalisées pour chaque pièce sont les suivantes : effectuer un constat d'état, nettoyage en surface, mise à jour de la documentation, photographie numérique, fabrication d'un support de protection, emballage et encaissage.

C'est grâce à une subvention accordée par *Patrimoine canadien* en 2018-2019 et portant le titre *Traitement et emballage de 25 000 artefacts de la Collection* que les activités réalisées précédemment ont été rendues possibles.

## Étude de faisabilité pour la relocalisation des collections

Au début de la dernière année, le service des collections a reçu comme mandat de préparer une étude de faisabilité portant sur la mise aux normes de la réserve actuelle. L'étude démontre que le bâtiment comprend tous les éléments fonctionnels d'une réserve muséale. De plus, son emplacement est idéal en raison de la proximité avec le Musée qui se trouve à moins de 4 kilomètres en voiture. Malgré quelques modifications à apporter au bâtiment, les installations actuelles répondent adéquatement à la principale mission du Musée, soit la conservation de la Collection. Actuellement, cette réserve est aussi utilisée par sept organismes culturels de la région, qui au fil des années ont déposé des pièces de leur collection. Dans ce contexte, nous souhaitons qu'elle soit rénovée et adaptée aux types de collections du Musée POP et de celles des autres organismes culturels de la région qui pourraient aussi bénéficier d'espace de conservation respectant les normes.

## L'acquisition de la Collection Robert-Lionel-Séguin (CRLS)

Après quelques années de délibérés, le 9 mars 2018, la ministre de la Culture et des Communications, Mme Marie Montpetit, a procédé au classement de la CRLS. Le Musée POP administre tou-

jours cette importante Collection appartenant à l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR) afin d'assurer sa pérennité et sa mise en valeur. Au cours de la dernière année, notre institution a eu plusieurs rencontres et communications avec le l'UQTR et le ministère de la Culture et des Communications afin d'en devenir légalement propriétaire.

### **Aliénation de collections archéologiques expérimentales et d'ouvrages de référence de l'archéologue René Ribes**

Étant donné que la mission du Musée a changé au fil des années et que l'archéologie n'en fait plus partie, le comité des collections a accepté l'aliénation du Fonds d'artéfacts conçu par René Ribes ainsi que de la bibliothèque d'ouvrages faisant référence à l'archéologie québécoise et européenne. Il faut savoir que, parallèlement à son travail de fouilles archéologiques en Mauricie et ailleurs, René Ribes a constitué une bibliothèque de références comprenant 1051 ouvrages qui traitent de l'archéologie québécoise et européenne. Également, il a réalisé plusieurs objets relevant de l'archéologie expérimentale, l'objectif étant de présenter ces pièces dans le cadre d'activités pédagogiques. Ainsi, cette Collection comprend des outils fabriqués, parures, matières premières d'Europe et du Mexique, moulages, faunes, fossiles, documents pédagogiques audiovisuels et enfin, des documents cartographiques.

Suite à de nombreuses démarches auprès d'instances institutionnelles et gouvernementales, ayant pour objectif de léguer la bibliothèque et les objets analogiques afin que ces deux fonds soient conservés dans leur intégralité, le département d'anthropologie de l'Université de Montréal (UDM) a accepté d'en faire l'acquisition.

### **Un moratoire sur les prêts d'artéfacts et les acquisitions**

Le service des collections du Musée POP travaille activement à son chantier des Collections en prévision des travaux de réfection de la réserve prévus d'ici 2021. Afin que les artéfacts soient disponibles le plus rapidement possible, nous devons restreindre certaines de nos activités, dont les prêts d'artéfacts et les nouvelles acquisitions de pièces. L'objectif est de rendre les collections accessibles d'ici 2021. En ce qui concerne les donations, le service des collections demeure vigilant et il a répondu positivement à toutes les offres de don provenant de collectionneurs assidus qui lèguent pour la plupart, des pièces au Musée sur une base annuelle.



## Les donations reçues en 2018-2019

Monsieur Jean Larivière (2018): Acquisition d'un lot de cinquante-neuf (59) pièces, incluant des Jésus de cire et de bois, des articles de sports, des livres sur la langue et les sports québécois, un bateau en bouteille, une luge d'enfant, des boulets de canon, ainsi que des cabanes à oiseaux en cèdre.

Monsieur Jean Bouchard (2018): Acquisition d'un lot de cent neuf (109) jouets et accessoires de hockey.

Madame Rolande B. Cloutier (2018): Acquisition d'un fauteuil berçant qui appartenait au chanoine Chamberland de Trois-Rivières.

Monsieur Claude Guérin (2018): Acquisition d'une photographie Louiseville 3, Lac Saint-Pierre 0133 prise par Claude Guérin en 2015.

Madame Denise Philippon (2018): Acquisition d'un lot de photographies, un ensemble de vêtements ainsi qu'un livre de contes « Contes à poucette » par Stijn Streuvels.

Monsieur Martin Imbeault (2018): Acquisition du livre de cuisine « La Nouvelles encyclopédie de cuisine - Éditions deluxe » par Jehane Benoit de 1978.

Monsieur Patrick Lavallée (2018): Acquisition de 3 sculptures réalisées par Patrick Lavallée : la soirée de Hockey en 2014, souvenir d'enfance en 2015 et le héros Maurice Rocket Richard en 2016.

Madame Louise Lavoie (2018): Acquisition d'une crèche de Noël comprenant des personnages et des animaux.

Madame May Lemay (2018): Acquisition d'un lot de cent vingt-trois (123) poupées de collection ainsi que les documents en lien avec celles-ci.

Madame Louise Leclerc (2018): Acquisition d'un lot de sept cents soixante-dix-sept (777) artéfacts en lien avec la prison de Trois-Rivières.

Monsieur Paul Laforest (2018): Acquisition de sept (7) sculptures : Piqués par la curiosité par Denys Douville, Adagio par Jacques Bourgault, La Brise par Jean-Julien Bourgault, Tourbillon par Jean-Julien Bourgault, Le Festin par Jean-Julien Bourgault, Émotion par Jean-Julien Bourgault et Jacques-Cartier par Jean-Julien Bourgault.

Monsieur Richard Dubé (2018): Acquisition de seize (16) artéfacts sur le thème du Chien d'or, un livre écrit par Mme Germaine Normand, neufs (9) tableaux textiles réalisés par Alexandrine Langlois; six (6) sérigraphies et une acrylique par Jean-Claude Dupont, deux (2) sculptures par Jean-Guy Ringuet, un coq de jardin par Roland Joncas, une gouache par Luc Gérard, ainsi que 11 objets de la famille de Richard Dubé.

Madame Jacynthe Dubé (2018): Acquisition d'un train miniature, incluant une locomotive et 4 wagons, réalisé par Adrien Clément entre 1980 et 1990, et une huile sur tôle représentant des marcheurs dans une érablière, par Adrien Clément vers 1980.



## Participation aux activités de recherche, demandes de prêts, emprunts de pièces des collections

- ◆ Prêt de 56 artefacts afin de compléter des expositions et des publications dans sept institutions muséales québécoises;
- ◆ Emprunt de 315 artefacts pour des expositions temporaires présentées au Musée;
- ◆ Réception de 22 demandes de recherche sur des objets des collections ou à propos d'autres sujets reliés à l'histoire du Québec.



## MUSÉOLAB

Durant la dernière année, le *Muséolab* a connu un développement des plus intéressants. Dans un premier temps, une ressource a été embauchée par le *DigiHub* de Shawinigan pour faire le lien entre les entreprises du pôle de muséologie de l'organisation et les projets du Musée. Ainsi, Mme Claudine Drolet a travaillé à l'organisation d'une rencontre d'idéation menant au premier appel de projets ainsi qu'à la mise en place d'un site Internet.

L'entreprise *Rum & Code* de Shawinigan a remporté le premier appel de projets avec son application *CultureGo* dont le prototype sera testé dès août prochain.

De son côté, l'entreprise *ISCAN 3D* a continué la numérisation d'objets de la collection, dont certains ont été inclus dans le jeu numérique *ChronoPOP* ainsi que dans une borne interactive de l'exposition *Attache ta tuque!*



## COMMUNICATIONS ET MARKETING

Cette année, le service des communications avait un beau défi en main avec le changement de l'image de marque du Musée! Passant de *Musée québécois de culture populaire* au plus attractif *Musée POP*, l'enjeu était de faire connaître le nouveau nom, la nouvelle image de marque et le nouveau site Internet, tout en s'assurant de bien envoyer le message que la mission de l'institution demeure la même: la culture populaire du Québec. Ainsi, avec l'habituelle collaboration des médias, de nos partenaires et le soutien de la firme de communication Acolyte, nous pouvons dire mission accomplie. Nous avons constaté une augmentation des visiteurs de 23% et la fréquentation du site Internet a connu également une progression de 17%. La nouvelle image de marque, tout comme la nouvelle signalétique extérieure, plus accueillante et dynamique, semblent avoir charmé les visiteurs.

L'ouverture du nouvel *Espace POP créatif Desjardins* a également été abondamment commentée dans les médias régionaux.

La majorité des actions de promotion avaient comme objectif de faire connaître l'exposition *Autour d'une broue* à la clientèle touristique du Québec pour la saison estivale et ce, tant par le biais des médias traditionnels que par les médias sociaux. Cela nous a permis d'obtenir une belle visibilité.

Les autres publics ont également fait l'objet de campagnes, principalement sur les médias sociaux, pour faire connaître nos offres aux clientèles scolaires, de proximité et internationales.

### Publicité

L'exposition *Autour d'une broue* a été publicisée avec un message télévisé, diffusé sur les grandes chaînes d'information en continu ainsi que sur quelques autres chaînes spécialisées durant l'été. Ce message a également été repris dans les médias sociaux, notamment sur Facebook, Youtube et autres. Une campagne Adwords a également été faite. De l'affichage dans les colonnes Moriss du Centre-ville ainsi qu'au bureau d'information touristique a permis de faire connaître l'exposition.

### Relations de presse

Les relations de presse font partie intégrante de la stratégie médias du Musée. Les retombées sont toujours au rendez-vous alors que notre institution a fait parler d'elle tant pour sa nouvelle image de marque que pour ses expositions, activités et autres actualités avec 110 mentions dans la presse régionale, 39 dans la presse provinciale et 2 dans des médias français. L'exposition *Autour d'une broue* a fait parler d'elle à l'extérieur de la région, entre autres à *Médium large* et *Le 15-18* (émissions radio réseau Ici Radio-Canada) et à *Salut Bonjour WE*. La visite guidée de la prison ainsi que le Parcours de peur ont fait l'objet de reportage non seulement dans la Presse + mais également dans le très populaire blogue *Narcity*. La présentation d'une nouvelle mouture de l'exposition *La Petite Vie* au Musée *Pointe-à-Callières* a permis de nous positionner dans le marché montréalais.

### Internet et les médias sociaux

Le nouveau site Internet du Musée, le *museepop.ca*, a obtenu 121 598 utilisateurs durant la dernière année, soit une augmentation de 17% par rapport à l'année précédente. Les pages Facebook du Musée et de la Vieille prison ont connu une belle progression avec des augmentations respectives de 12% et 7%, pour un total de J'aime de 5 867 pour le Musée et 3 765 pour la Vieille prison.

Du côté de Google, près de 270 000 recherches ont été faites pour le Musée durant l'année et près de 245 000 pour la Vieille prison.

Le Musée compte 1 062 abonnés sur Instagram avec un total de 103 publications pour l'année, 1 128 abonnés sur Twitter et 93 abonnés sur YouTube avec plus de 160 000 visionnements.

Le marketing direct, par le biais de l'envoi d'une infolettre, quatre fois par année, à nos membres, partenaires et clients-visiteurs, nous permet de faire connaître nos propositions d'activités et d'expositions ainsi que les enjeux du Musée.

## Développement des publics

### Public scolaire

- ◆ Programme éducatif - distribution de la version papier aux écoles de la région et version électronique dans un rayon de 150 km. Disponible sur le site Internet.

### Public de proximité

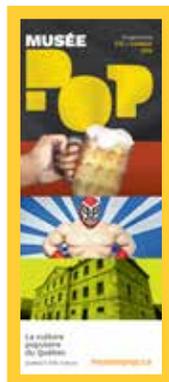
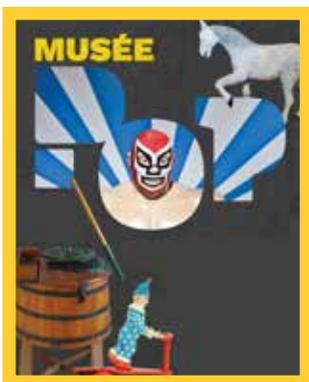
- ◆ Médias sociaux - Facebook, Instagram
- ◆ Partenariats avec Tourisme Trois-Rivières et Tourisme Mauricie
- ◆ Radio - Activités familiales et grand public
- ◆ Dépliant des activités familiales - distribution dans les écoles de la région et bibliothèques
- ◆ Infolettre
- ◆ Affichage

### Public intra-Québec

- ◆ Campagne télévisée
- ◆ Médias sociaux
- ◆ Guides et brochures touristiques (Guide de la Mauricie, Guide des vacances au Québec, carte de la ville, Guide des circuits, Carte-musées, etc.)
- ◆ Présence sur les sites Internet de Tourisme Mauricie, Tourisme Trois-Rivières, Québec Original, Québec Authentique, Société des musées du Québec.

### Public international

- ◆ Participation au regroupement du Plan international de Tourisme Mauricie
- ◆ Présence dans les guides internationaux
- ◆ Inclus dans l'offre aux croisiéristes



## RESSOURCES MATÉRIELLES ET TECHNIQUES

La concrétisation de l'*Espace POP créatif Desjardins* ainsi que la réalisation de l'exposition permanente *Attache ta tuque!* ont été les deux plus importants projets de l'équipe des ressources matérielles et techniques.

L'équipe travaille également sans relâche pour maintenir les infrastructures et équipements en bon état et ce, pour l'ensemble des trois bâtiments.

Soulignons le départ, en novembre 2018, de M. Pierre Grenier qui a occupé la fonction de responsable de ce secteur pendant plus de 25 ans et dont le dévouement et l'immense apport à l'organisation ont été salués par toute l'équipe.

## ACTIVITÉS COMMERCIALES

Le département des locations de salle reçoit en grande majorité une clientèle corporative. La croissance constante de ce département est directement liée à l'offre développée pour ce type de clientèle. En effet, notre service "clé en main" pour l'organisation d'événements, particulièrement ceux avec thématique ou encore les activités de consolidation d'équipe, sont un des éléments expliquant la croissance de ce marché.

De plus, le Musée et la Vieille prison sont souvent proposés comme alternative originale lors de la tenue de congrès à Trois-Rivières. Notre nouveau site Internet a fait une belle place à notre offre. Des promotions, via l'achat de mot-clés sur Google, ainsi que la collaboration d'IDÉ Trois-Rivières ont permis de mieux faire connaître nos services.

Grâce à leur ambiance unique et à notre personnel attentionné et soucieux du service à la clientèle, les salles de réunion sont aussi très en demande. Nos clients développent ainsi un sentiment d'appartenance. À cela s'ajoute un offre des plus complètes avec: repas, pause-café, équipements audio-visuels, service de bar et décoration. Un nouvel endroit a été ajouté cette année, la salle Laviolette. En effet, l'ancienne boutique a été transformée en une salle de plus petite dimension, offrant une ambiance conviviale et chaleureuse.

Les locations de salle ont connu une augmentation d'achalandage de près de 30% dans la dernière année.

Un tout nouveau comptoir-boutique a été aménagé à l'extrémité du comptoir d'accueil. Plusieurs produits à l'image du Musée POP sont offerts à notre clientèle ainsi qu'une sélection de livres sur le Québec, ses légendes, etc.



# PARTENARIATS

Le Musée est fier de pouvoir compter sur de nombreux partenaires dans la poursuite de sa mission. Voici nos collaborateurs:

## Milieu culturel

- ◆ Bibliothèque et archives nationales du Québec
- ◆ Biennale internationale d'estampe contemporaine de Trois-Rivières
- ◆ Biennale nationale de sculpture contemporaine de Trois-Rivières
- ◆ Bibliothèque de Trois-Rivières
- ◆ Boréalys—Centre d'histoire de l'industrie papetière
- ◆ Conservatoire de musique de Trois-Rivières
- ◆ Cultur3r
- ◆ Culture Mauricie
- ◆ Festival international de poésie de Trois-Rivières
- ◆ Festival Western de St-Tite
- ◆ Festivoix
- ◆ Journée de la francophonie
- ◆ La Fenêtre
- ◆ Médiat-Muse
- ◆ Ministère de la Culture et des Communications
- ◆ Musée des Ursulines
- ◆ Personare
- ◆ Salon du livre de Trois-Rivières
- ◆ Société des musées du Québec

## Milieu touristique

- ◆ Tourisme Trois-Rivières (IDÉTR)
- ◆ Société des attractions touristiques du Québec
- ◆ Tourisme Mauricie

## Milieu socio-économique

- ◆ Académie des Estacades
- ◆ CECi Trois-Rivières
- ◆ Chambre de commerce et d'industries de Trois-Rivières
- ◆ Chocolaterie Samson
- ◆ Comsep
- ◆ Desjardins
- ◆ DigiHub
- ◆ Etsy
- ◆ IDÉ Trois-Rivières
- ◆ Réseau In-Terre-Actif
- ◆ Service d'aide aux nouveaux arrivants (SANA)
- ◆ Université du Québec à Trois-Rivières
- ◆ Ville de Trois-Rivières

## MEMBERSHIP ET BÉNÉVOLAT

### Membership

Le Musée POP est fier de compter sur 275 membres intéressés au développement et à la pérennité de l'institution.

### Bénévolat

Le Musée a créé une *Politique du bénévolat au Musée*. Ce document confirme l'importance des bénévoles pour la croissance et le maintien des services de l'institution. Actuellement, le Musée est entouré d'une vingtaine de bénévoles qui donnent de leur temps pour différentes actions: planification des voyages destinés aux membres, différents services à la boutique ou à la réserve, révision linguistique, distribution de documents promotionnels, gestion du membership, aide aux activités de la Fondation, etc., sans oublier les membres qui siègent bénévolement au Conseil d'administration du Musée et de sa Fondation.

Durant la dernière année, ce sont plus de 800 heures de leur précieux temps qu'ils ont donné au Musée

## FONDATION DU MUSÉE POP

La Fondation du Musée, sous la présidence de M. Jacques Picard, a connu un nouveau souffle cette année. De nouveaux membres se sont greffés au conseil d'administration et une restructuration en profondeur a eu lieu.

La Fondation a présenté deux activités bénéfiques cette année: le Bal d'Halloween, tenu au Musée, et une Dégustation bières et saucisses tenue au DigiHub de Shawinigan. Soulignons que, grâce à l'énergie fournie en 2018 et à l'ajout d'un volet numérique fort apprécié, l'encan de vin de mai 2019 a obtenu un franc succès.

Voici les membres qui siègent au CA de la Fondation du Musée POP: Chantal Carignan, Denis Foucault, Marc-André Houle, Marie-Ève Launier, Amélie Martel, Jacques Picard (président), Jérôme Sansregret. Nous les remercions chaleureusement de leur implication.

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration du Musée est composé de membres bénévoles garants de la saine gouvernance de l'institution. Voici les membres qui ont siégé dans la dernière année:

- ◆ M. Jean Asselin | président (jusqu'en décembre 2018)
- ◆ M. Pierre Montreuil | administrateur-représentant de la Ville de Trois-Rivières
- ◆ M. Marc-André Houle | président
- ◆ M. René Bouchard | administrateur
- ◆ Mme Rollande Cloutier | vice-présidente
- ◆ M. Thomas Grégoire | administrateur
- ◆ M. Jacques Black | trésorier
- ◆ M. Michel Morin | administrateur
- ◆ Mme Mélanie Hamel | secrétaire
- ◆ Mme Marie-Claude Plante | administratrice
- ◆ M. André Moisan | administrateur - représentant des bénévoles
- ◆ M. Jacques Picard | administrateur - représentant de la Fondation

## ÉQUIPE DU MUSÉE

Le personnel du Musée forme une équipe dynamique, sous la direction de Mme Valérie Therrien. Voici donc ceux qui en faisaient partie en 2018-2019 (employés permanents et temporaires): Julie Anne, Olivier Auger, Alexandra Beaulieu, Steve Bédard, Rachel Bélanger, Geneviève Bettez, Jean-Marc Blais, Isabelle Blanchet, Éric Bond, Nathalie Boudreault, Serge Brosseau, Mélody Camirand, Joël Cartier, Laurie-Anne Chamberland, Élodie Champagne, Audréanne Clavet, Jean-Claude Cossette, Alexis Destroismaisons, Julie Dostaler, Jacinthe Ducharme, Francis Dugré-Lampron, Samuel Fortin, Alexis Lambert, Nancy Girard, Justine Grandmont-Pruvost, Pierre Grenier, Laura Guindon, Sarah-Emmy Hayes, Anne-Sylvie Lacroix, Réjean Larouche, Yoann Leblanc, Catherine Lemarier-Saulnier, Majda Lyna Lemrini, Sarah Maily, Annabelle Mainella, Claudie-Anne Martin, Louise Martin, Mario Maurais, Myriam Ménard, Élisabeth Mottard, Rhonda Murphy, Dominic Ouellet, Hugues Pilote, Audrey Poirier, Claire Plourde, Samuel Rheault, Viviane Saulnier, Karine Savard, Maude St-Laurent, Stéphanie Tessier, Évelyne Verrette, Inès Zalila.

L'équipe a également pu compter sur des stagiaires dans différents départements durant la dernière année: Laurence Côté-Lavoie, Dylan Duchosal, Andréa Gauvin, Éva Marcy, Morgane Prost-Romand.

## REMERCIEMENTS AUX DONATEURS

Le Musée et sa Fondation remercient chaleureusement ses précieux donateurs:

Mme Lucienne Bettez Rousseau  
M. Julian Gruda  
Mme Paméla Labbé  
M. Pierre Montreuil  
Mme Louise Rouleau  
M. Guy Vachon



Desjardins  
Fondation Molson

## REVUE DE PRESSE





200, rue Laviolette  
Trois-Rivières (Québec)  
G9A 6L5  
info@museepop.ca  
**museepop.ca**

Le Musée POP est reconnu et soutenu par le ministère de la Culture et des Communications et par la Ville de Trois-Rivières.