

Programmes d'investissement du Musée virtuel du Canada (MVC)

Lignes directrices du Programme pour les expositions virtuelles

**Date de tombée pour la soumission des propositions –
le 15 décembre 2009 à 17 h 00, heure de l'Est**

Réseau canadien d'information sur le patrimoine (RCIP)

Attention : Programmes d'investissement du MVC
15, rue Eddy, 4^e étage (15-4-A)
Gatineau, Québec K1A 0M5

Courriel : invest_programme-ex@pch.gc.ca
Téléphone : 819 934-5940 ou 1800 520-2446
Site Internet : www.rcip.gc.ca

The English version of this document is also available.



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien

Canada

TABLE DES MATIÈRES

APERÇU DU PROGRAMME	3
ADMISSIBILITÉ	4
PROCESSUS D'ÉVALUATION	5
Conseil de rédaction du MVC	5
Critères d'évaluation	6
CRITÈRES D'INVESTISSEMENT DU MVC	13
Frais admissibles	14
Frais non admissibles	15
RENOUVELLEMENT DE PRODUITS DU PROGRAMME D'INVESTISSEMENT	16
ANNEXE A - INVESTISSEMENTS DES MUSÉES	17
ANNEXE B - LIGNES DIRECTRICES CONCERNANT LE CALCUL DES COÛTS ET DES VALEURS	18
Traduction	18
Reconnaissance de la propriété intellectuelle	18
Reconnaissance des efforts de promotion	19

Lignes directrices

APERÇU DU PROGRAMME

La mission du Musée virtuel du Canada (MVC) est d'éveiller des publics de tous les âges à la diversité du patrimoine canadien en offrant un service Internet dynamique gratuit, en français et en anglais.

Les appels de propositions destinées au Programme d'investissement pour des expositions virtuelles ont lieu au moins une fois par année. Les propositions sont évaluées par concours, et un contrat est attribué aux établissements dont la proposition est retenue.

Toutes les propositions doivent être soumises sur le formulaire en ligne, auquel il est possible d'accéder à partir du site Web du RCIP, avant la date de tombée indiquée pour chaque appel, et sont évaluées par un Conseil de rédaction.

Tous les participants doivent utiliser l'outil de saisie des objets d'apprentissage (c'est-à-dire l'application Web offerte en ligne dans la section des Programmes d'investissement du site Web du RCIP) pour créer des collections d'objets d'apprentissage liées à leur production. Les établissements doivent également créer un plan de cours connexe inspiré de la collection d'objets d'apprentissage. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez consulter la FAQ du Programme d'investissement pour des expositions virtuelles.

Les expositions en ligne qui bénéficieront d'un investissement du Programme d'investissement des expositions virtuelles devront être accessibles tant en français qu'en anglais, pendant une période de cinq ans suivant le lancement du produit en question.

ADMISSIBILITÉ

Le RCIP envisage de conclure des contrats avec :

- les musées¹ publics sans but lucratif qui ont démontré leur engagement à travailler en collaboration avec leurs collègues à l'échelle du pays en devenant membres ordinaires et contributeurs² du Réseau canadien d'information sur le patrimoine et
- les organismes qui ont un rôle permanent à jouer en représentant des musées ou en assurant la gestion de plusieurs établissements (p. ex. les associations provinciales de musées et les directions du patrimoine dans certaines provinces), qui sont membres associés du RCIP et qui présentent des propositions pour le compte de plusieurs musées.

Même si un établissement peut présenter plus d'une proposition en réponse à un appel de propositions donné, le MVC n'investira pas dans plus d'une proposition à la fois pour chacun. De même, si un établissement travaille actuellement à une production pour le MVC, toute nouvelle proposition ne sera pas admissible à des fins d'étude par le Conseil de rédaction, avant que la production ne soit lancée.

Les établissements dans lesquels le RCIP a déjà investi ne sont admissibles au Programme que s'ils respectent et acceptent toutes les modalités, y compris les rapports à soumettre, stipulées dans les ententes antérieurement signées avec le RCIP.

¹ Établissement stable, sans but lucratif, exempté de l'impôt sur le revenu fédéral et provincial, ouvert au public et administré dans l'intérêt public, dont le but principal est de conserver et de préserver, d'étudier, d'interpréter, de monter et d'exposer des objets et des spécimens ayant une valeur culturelle et pédagogique, notamment du matériel technologique, historique, scientifique (animé ou inanimé) et artistique, afin d'instruire et de divertir le public. Entrent donc dans cette définition de musée les établissements suivants : galeries d'art, centres d'exposition d'œuvres d'art, jardins botaniques, parcs zoologiques, aquariums, planétariums, musées de sociétés d'histoire et maisons historiques, projets de préservation et lieux répondant aux critères de la définition énoncée dans la phrase précédente.

² Les membres du RCIP sont ceux qui s'acquittent de leurs obligations contractuelles, y compris la mise à jour régulière de leurs renseignements dans la rubrique Musées et activités.

PROCESSUS D'ÉVALUATION

À chaque appel, les montants d'investissement demandés au MVC dépassent de loin le budget du Programme.

Le personnel des Programmes d'investissement du MVC évalue toutes les propositions admissibles afin de veiller à ce qu'elles soient conformes aux exigences du MVC, notamment en fonction des critères obligatoires stipulés ci-dessous. Les propositions qui ne respectent pas ces critères sont immédiatement éliminées. Le Secrétariat du MVC prépare ensuite des résumés de toutes les autres propositions pour faciliter le processus d'évaluation du Conseil de rédaction.

Le processus d'évaluation du Conseil de rédaction du MVC comprend des évaluations individuelles et une discussion de groupe. La décision à l'égard des propositions retenues pour un investissement du MVC est prise au cours de l'assemblée annuelle du Conseil.

L'ensemble du processus d'évaluation s'échelonne sur quatre mois environ, réunion du Conseil de rédaction comprise.

Conseil de rédaction du MVC

Le rôle du Conseil de rédaction du MVC consiste à évaluer les propositions soumises au Programme d'investissement pour des expositions virtuelles, en tenant compte des résultats souhaités du Programme, des principes directeurs et de la Politique sur le contenu du Musée virtuel du Canada, ainsi que des critères énoncés ci-après. Le Conseil fait des recommandations au directeur général du RCIP à propos des projets dans lesquels le MVC devrait investir.

Le RCIP conclue des ententes avec des musées pour entreprendre les productions proposées dès qu'il reçoit les recommandations du Conseil de rédaction. À des fins de responsabilités à l'égard du public, le RCIP se réserve le droit de rejeter les recommandations du Conseil de rédaction.

Le Conseil de rédaction du MVC est composé des personnes suivantes :

- un président ou une présidente;
- de 10 à 12 membres représentant diverses spécialités [des représentants de la communauté muséale, ainsi que des représentants d'autres secteurs pertinents (p. ex. éducation, publication, diffusion, nouveaux médias)].

Une liste complète des membres du Conseil de rédaction figure sur le site Web du RCIP, à l'adresse :

http://www.rcip.gc.ca/Francais/Membres/Programme_Investissement_Mvc/conseil_redaction.html.

Critères d'évaluation

Le processus d'évaluation tient compte des critères figurant ci-dessous. Certains sont obligatoires, d'autres représentent des facteurs qui sont pris en considération lorsque le Conseil de rédaction fait son choix parmi les projets présentés. Le Conseil peut améliorer les critères au fur et à mesure de l'évolution du Programme.

Même si le contenu se retrouve dans des sites Internet partout au pays, le MVC est présenté au public en tant qu'entité collective. Par conséquent, les projets sont évalués non seulement en fonction de leur bien-fondé, mais également dans le contexte global d'autres éléments de contenu existants et proposés, afin de garantir un équilibre entre les disciplines et les thèmes, les manières de présenter du contenu et les publics cibles.

Critères obligatoires

Critères généraux

Les propositions doivent décrire en détail la création des produits en ligne suivants, en tant que production cohérente portant sur le même sujet:

- une exposition (ou un jeu);
 - une collection d'objets d'apprentissage (ne regroupant pas moins de **5** objets d'apprentissage);
 - un plan de cours.
-

Les propositions qui ne comprennent pas chacune des composantes susmentionnées seront retirées du processus d'étude.

Tous les produits doivent être créés dans les deux langues officielles et être accessibles pendant une période de cinq ans suivant leur lancement. Les propositions qui ne décrivent pas les mesures prévues pour remplir ces obligations pourraient ne pas être étudiées.

Critères particuliers

- Indication claire du ou des publics ciblés par le contenu proposé.
- Mesures particulières d'évaluation du contenu par ces publics pendant le processus d'élaboration de la production en ligne.
- Plan de production clairement élaboré qui tient compte du développement de l'ensemble du produit (c.-à-d. de l'exposition ou du jeu, de la collection d'objets d'apprentissage et du plan de cours) et qui définit la durée de chaque activité.
- Contribution de l'établissement et de ses partenaires au projet. *Nota* : Cette contribution n'a pas à être financière. Voir [l'annexe A « Investissements des musées »](#) pour trouver des exemples.
- Participation active d'un spécialiste agréé en éducation à l'élaboration de la collection d'objets d'apprentissage et du ou des plans de cours.
- Chaque objet d'apprentissage doit contenir :
 - au moins un bien numérique;
 - au moins un objectif d'apprentissage;
 - des liens pédagogiques clairement indiqués.
- Le ou les plans de cours doivent prévoir l'utilisation directe de la collection d'objets d'apprentissage présentée dans la même proposition.

Critères pondérés

Critère principal

- Démontrer une exploration dynamique du patrimoine diversifié du Canada, de façon divertissante et propice à l'acquisition de connaissances – maximum de 30 points.

Très bien — 30 points :

- Un sujet qui plairait à un vaste éventail de Canadiens et qui présente de l'information peu connue.
- Un sujet qui mérite d'être mieux connu. Cela peut inclure des sujets liés à des programmes scolaires, à des événements historiques importants, au tourisme et à des événements ou enjeux actuels.
- Le traitement et l'organisation du contenu sont appropriés pour le public cible visé. La proposition constitue une façon créative/originale de présenter le sujet. Autrement dit, le produit proposé générera de nouvelles idées ou de nouveaux concepts ou encore de nouvelles associations avec le contenu du musée présentant un thème/concept ou sujet d'une façon nouvelle ou novatrice.
- Un sujet qui montre une exploration dynamique du patrimoine diversifié du Canada de façon divertissante et propice à l'acquisition de connaissances.
- La participation du public est un élément clé du concept au moyen des médias interactifs et sociaux.

Bien — 20 points :

- Un sujet qui plairait à un vaste éventail de Canadiens. Cela peut inclure des sujets liés à des programmes scolaires, à des événements historiques importants, au tourisme et à des événements ou enjeux actuels.
- Le contenu fourni provient d'un grand nombre de sources, d'images, de textes, de documents audio et vidéo.
- Le traitement et l'organisation du contenu sont appropriés pour le public cible visé, et l'approche est assez créative. On encourage la participation du public.
- Un sujet qui montre une exploration dynamique du patrimoine diversifié du Canada de façons qui encouragent l'apprentissage et qui suscitent du plaisir.

Quelconque — 10 points :

- Un sujet d'un certain intérêt pour un vaste éventail de Canadiens; le traitement et l'organisation du contenu sont peu créatifs et offrent peu de moyens de susciter la participation du public.

Pas intéressant — 0 point :

- Un sujet de très peu d'intérêt pour un vaste éventail de Canadiens ou très peu susceptible de leur plaire. Le traitement et l'organisation proposés du contenu ne sont pas inspirés.

Critères secondaires

- Exploiter le médium numérique afin de créer des expériences difficiles à réaliser dans un espace physique ou à l'aide d'un médium analogique (p. ex. par des techniques de présentation ou par le rassemblement de collections se trouvant dans des lieux physiques différents) – maximum de 20 points

Très bien — 20 points :

- La production soutient et favorise clairement les objectifs de communication énoncés.
- Les technologies précises à utiliser sont clairement nommées de même que la façon dont elles seront utilisées pour améliorer la présentation du contenu et l'expérience globale de l'utilisateur au point où cela encouragera les utilisateurs à réagir au contenu.
- La production présente les objets d'une façon impossible dans un espace physique grâce à des technologies adaptées au sujet (GPS, données géographiques).

Bien — 15 points :

- La production soutient les objectifs de communication énoncés.
- Les technologies qui seront utilisées sont nommées de façon générale, et une description détaillée de leur utilisation dans la présentation du contenu est proposée.
- La production présente les objets d'une façon impossible dans un espace physique en ayant recours aux technologies.

Quelconque — 5 points :

- La production soutient quelque peu les objectifs de communication énoncés, même si les technologies qui seront utilisées et leur application pour améliorer la présentation du contenu et l'expérience globale de l'utilisateur avec le contenu ne sont pas clairement expliquées.
- La production n'indique pas clairement qu'elle présentera les objets d'une façon impossible dans un espace physique.

Pas intéressant — 0 point :

- La production ne soutient ni ne favorise clairement les objectifs de communication énoncés. La description et l'application des technologies mentionnées ne sont pas claires quant à la façon dont elles amélioreront la présentation du contenu ou l'expérience globale de l'utilisateur d'une façon qui encourage les utilisateurs à réagir au contenu.
- La production ne présente pas les objets d'une façon impossible dans un espace physique.

- Assurer l'optimisation des ressources. (Il y a lieu de noter que le plafond de l'investissement a été fixé à 400 000 \$, **incluant la TPS et la TVH**. - maximum de 25 points.

Un concept associé à une comparaison de l'investissement par rapport à la valeur du résultat et un jugement qualitatif et quantitatif sur la façon dont on a utilisé et géré les ressources.

Très bien — 25 points :

- La proposition offre un ratio élevé de contributions sur le plan du contenu et des éléments de conception de l'établissement principal, des partenaires et des participants par rapport à l'investissement demandé.
- Les contributions incluent la plupart des éléments suivants : temps et expérience du personnel, matériaux protégés par un droit d'auteur, information sur un artefact/spécimen, recherche et rédaction de même que la gestion, la coordination et la promotion associées au projet et aux activités d'extension.
- Des ressources ont été affectées à la plupart des aspects du projet, y compris le contrôle de la qualité pour les aspects techniques et liés au contenu du produit dans les deux langues officielles.
- La production fournit des occasions de perfectionnement des compétences et de renforcement de la capacité pour l'organisation.

Bien — 20 points :

- La proposition démontre un ratio modéré de contributions sur le plan des éléments de contenu et de conception de l'organisation responsable, des partenaires et des participants par rapport à l'investissement demandé.
- Les contributions incluent quelques-uns des éléments suivants : temps et expérience du personnel, matériaux protégés par un droit d'auteur, information liée à un artefact/spécimen de même que la gestion, la coordination et la promotion associées au projet.
- Des ressources ont été affectées à des aspects du projet y compris le contrôle de la qualité pour les aspects techniques et liés au contenu du produit dans les deux langues officielles.
- La production fournit des occasions de perfectionnement des compétences et de renforcement de la capacité pour l'organisation.

Quelconque — 15 points :

- La proposition démontre un faible ratio de contributions sur le plan des éléments de contenu et de conception de l'organisation responsable, des partenaires et des participants par rapport à l'investissement demandé.
- Des contributions ont été faites dans un ou deux des domaines suivants : temps et expérience du personnel, matériaux protégés par un droit d'auteur, information liée à un artefact/spécimen de même que la gestion, la coordination et la promotion associées au projet.
- Aucune ressource n'a été affectée à certains aspects du projet y compris le contrôle de la qualité pour les aspects techniques et liés au contenu du produit dans les deux langues.

Pas intéressant — 0 point :

- Le budget du produit proposé n'est pas en accord avec la valeur apparente du produit fini en ce qui concerne les éléments liés à la conception et les sources de contenu.
- Le ratio des coûts de gestion/fonctionnement est élevé par rapport au faible investissement de l'organisation responsable et de ses partenaires.

- Créer des partenariats³ avec d'autres organismes des secteurs privés et publics au chapitre de l'élaboration de contenu, de l'expertise éducationnelle ou de l'expertise technique – maximum de 10 points.

Aux fins du Programme pour les expositions virtuelles du MVC, un partenariat est défini comme étant un partage des risques et de la propriété au moyen d'une contribution sous forme d'expertise ou de collections.

Très bien — 10 points :

- Au moins deux musées ou organisations participent à la production en partenariat, fournissant du contenu ou de l'expertise en plus de prendre part directement à l'élaboration de l'ensemble de la production, qui accroît l'ampleur, la profondeur et la crédibilité du contenu.

Bien — 7 points :

- Au moins deux musées ou organisations participent à la production en partenariat, fournissant du contenu ou de l'expertise qui accroît l'ampleur et la profondeur du contenu.

Quelconque — 3 points :

- Un musée ou une organisation participe à la production en tant que partenaire, fournissant du contenu ou de l'expertise qui accroît l'ampleur et la profondeur du contenu.

Pas intéressant — 0 point :

- Aucun autre musée ou organisation ne participe à la production en tant que partenaire.

³ Tout partenaire doit s'engager à participer au projet en signant une lettre de partenariat qui précise clairement ce que sera sa contribution. La lettre de partenariat signée :

- déterminera la durée du partenariat ;
- confirmera le montant de toute contribution en argent ;
- décrira tout appui en nature et en précisera la valeur ;
- indiquera la collection ou le contenu spécifique auquel il donne accès ou décrira l'expertise ou les services fournis.

REMARQUE : Aux fins du Programme pour les expositions virtuelles du MVC, un partenariat est défini comme étant un partage des risques et de la propriété au moyen d'une contribution sous forme d'expertise ou de collections.

- Assurer que la collection d'objets d'apprentissage et le ou les plans de cours proposés contiennent une définition claire du programme d'étude associé aux objets d'apprentissage, ainsi que des objectifs d'apprentissage clairement définis - maximum de 10 points.

Très bien — 10 points :

- Le programme d'étude associé à la collection d'objets d'apprentissage proposée et le plan de cours est clairement défini (groupes d'âge, sujets, provinces).
- Les objectifs d'apprentissage sont clairement énoncés et comprennent des références aux résultats sur le plan de l'éducation.
- La description définit clairement le type et le nombre de biens numériques à inclure dans la collection d'objets d'apprentissage.
- La collection d'objets d'apprentissage et le plan de cours s'appliquent à une ou plusieurs provinces.

Bien — 7 points :

- Le programme d'étude lié à la collection d'objets d'apprentissage proposée est défini mais n'est pas détaillé et peut ne pas comporter certains éléments (groupes d'âge, sujets, provinces).
- Les objectifs d'apprentissage sont énoncés.
- La description définit le type de biens numériques mais pas nécessairement le nombre de ces biens à inclure dans la collection d'objets d'apprentissage.
- La collection d'objets d'apprentissage et le plan de cours s'appliquent à une province.

Quelconque — 3 points :

- Le programme d'étude lié à la collection d'objets d'apprentissage proposée est défini en terme très généraux mais manque de détail (aucun groupe d'âge, aucun sujet et aucune province n'est mentionné).
- Les objectifs d'apprentissage ne sont pas clairs.
- Le type et le nombre de biens numériques ne sont pas clairement indiqués.

Pas intéressant — 0 point :

- L'information fournie est trop générale ou n'est pas suffisamment claire pour déterminer le programme d'étude exact auquel la collection d'objets d'apprentissage et le plan de cours sont liés.
- On a fourni peu de détail, voire aucun, au sujet des objectifs d'apprentissage.
- Le nombre et le type de biens numériques ne sont pas exposés en détail ou sont absents.

- Faire appel aux jeunes dans la création d'un contenu – maximum de 5 points.

Très bien — 5 points :

- La production mobilise les jeunes en leur faisant jouer un rôle actif dans l'élaboration conceptuelle et technique de la production en plus de leur faire jouer un rôle passif (groupes de réflexion).

Bien — 3 points :

- La production mobilise les jeunes en leur faisant jouer un rôle actif dans l'élaboration conceptuelle ou technique de la production en plus de leur faire jouer un rôle passif (groupes de réflexion).

Quelconque — 1 point:

- La production permet aux jeunes de jouer uniquement un rôle passif (groupes de réflexion).

Pas intéressant — 0 point :

- Aucune participation des jeunes.

CRITÈRES D'INVESTISSEMENT DU MVC

Un plafond de 400 000 \$, incluant la TPS ou la TVH, a été fixé pour les projets d'expositions virtuelles. Les productions sont évaluées en fonction du bien-fondé de toutes leurs composantes (exposition ou ressource interactive, collection d'objets d'apprentissage et plan de cours) et dans le cadre des autres propositions.

Tous les musées qui reçoivent un avantage financier dans le cadre d'un contrat doivent être membres du RCIP.

Certain critères sont définis pour les productions dans lesquelles le MVC investit. Ils figurent dans les contrats qui s'appliquent aux propositions retenues (voir un exemple de contrat sur le site Web du RCIP à

http://www.rcip.qc.ca/Francais/Membres/Programme_Investissement_Mvc/ententes.html).

Frais admissibles

En calculant l'investissement demandé au MVC pour mener à bien les projets d'élaboration de contenu, les organismes membres peuvent inclure les frais admissibles suivants :

- la recherche et les préparatifs entourant l'élaboration et la présentation d'un contenu;
 - les frais associés au spécialiste en éducation (frais salariaux ou contractuels);
 - les frais de coordination;
 - les frais salariaux ou contractuels directement associés à la création de contenu pour le MVC;
 - les évaluations faisant appel aux publics cibles;
 - les dépenses de numérisation, y compris l'affranchissement des droits et la documentation;
 - les dépenses de création multimédia;
 - les frais de développement pour se conformer aux Directives pour l'accessibilité aux contenus Web du W3C (frais salariaux ou contractuels);
 - le paiement des droits aux artistes ou à d'autres titulaires de droits d'auteur pour l'utilisation de leurs œuvres;
 - la traduction du contenu dans l'autre langue officielle ou la vérification des traductions (voir l'[annexe B](#) pour obtenir des conseils sur l'estimation des frais de traduction);
 - la traduction dans d'autres langues peut être admissible selon le projet;
 - les logiciels et le matériel (p. ex. les scanners) ayant un lien direct avec la production de contenu pour le MVC;
 - la formation ou le perfectionnement des compétences qui est directement lié(e) à la production de contenu pour le MVC et qui offrira des avantages à long terme à l'organisme;
 - les coûts initiaux associés à l'établissement des fonctionnalités de modération d'une production proposée en ce qui a trait aux technologies sociales (p. ex., blogues et wikis) utilisées pour améliorer l'expérience du visiteur par rapport au contenu de la production proposée;
-

- les frais de déplacement, s'il est prouvé qu'ils sont essentiels à la réalisation du projet;
- les frais engagés par d'autres organismes partenaires de musées membres en ce qui a trait aux propositions de contenu peuvent être admissibles, si les frais se rattachent directement à l'élaboration d'un contenu pour le MVC.

Les autres frais proposés sont examinés en fonction de leur bien-fondé, dans le cadre de propositions précises. Le principal critère est celui des frais essentiels et directement liés à la production en ligne.

Frais non admissibles

Le MVC ne couvre pas les frais suivants :

- les projets de numérisation sans contextualisation du matériel;
 - l'établissement de sites Web. À noter que le RCIP offre des services d'hébergement aux musées incapables d'héberger leur propre contenu (frais d'hébergement/fournisseur de services Internet);
 - l'informatisation des enregistrements de gestion des collections;
 - les ordinateurs, lecteurs de disque dur externes, cartes mémoires et serveurs;
 - les imprimantes;
 - les graveurs de CD;
 - le matériel d'appoint (CD et DVD);
 - les coûts permanents associés à la modération soutenue des technologies sociales (p. ex., blogues et wikis) utilisées avec les produits après leur lancement;
 - les frais de marketing et de promotion (y compris le personnel des communications);
 - l'impression de documents comme les documents pédagogiques complémentaires (p. ex., trousse à l'intention des enseignants);
 - les dépenses imprévues, coûts divers ou frais généraux non expliqués
 - la reconnaissance de la propriété intellectuelle;
 - la création de nouvelles œuvres d'art (à l'exception des graphiques Web);
-

- la location de bureaux;
- l'entretien du site Web;
- la connexion Internet (puisque le RCIP la fournit à ses membres);
- l'inscription à des moteurs de recherche;
- l'enregistrement de noms de domaine.

RENOUVELLEMENT DE PRODUITS DU PROGRAMME D'INVESTISSEMENT

Le MVC envisagera de réinvestir, tous les cinq ans, dans des produits au moment du renouvellement du contrat connexe. Cet investissement est réservé aux produits pour lesquels on a manifesté un intérêt à apporter des mises à jour mineures au contenu ou à la fonctionnalité technique de production (un plafond de 25 000 \$ s'applique, plus la TPS/TVH).

Dans le cas d'importantes mises à jour aux productions existantes dans lesquelles le MVC a déjà investi, il sera nécessaire de soumettre une nouvelle proposition qui sera examinée par le Conseil de rédaction du MVC pendant la période des appels de propositions.

ANNEXE A - INVESTISSEMENTS DES MUSÉES

Les établissements qui proposent que le MVC investisse dans leurs projets doivent démontrer l'existence d'autres investissements. Aucun montant minimal n'a été établi pour ces investissements et il n'est pas nécessaire qu'il s'agisse d'une contribution financière directe. Les investissements par les musées qui sont reconnus au cours du processus décisionnel comprennent :

- la valeur du temps consacré par le personnel, les bénévoles ou d'autres partenaires à la réalisation du projet (à condition que ces frais n'aient pas été inclus dans la demande d'investissement présentée au MVC) ;
- la valeur de la propriété intellectuelle offerte gratuitement au public dans le cadre du projet en ligne (Nota : cela n'implique nullement le transfert de propriété ou l'usage exclusif ; la valeur attribuée représente les droits qui auraient pu être versés si le MVC s'était vu attribuer une licence pour les éléments d'information compris dans les ressources). Des conseils concernant la formule à utiliser pour calculer la valeur de l'investissement figurent à l'annexe B ;
- la valeur de la promotion du projet au moyen de bulletins d'information, de brochures ou d'autres activités de promotion du musée. Pour être admissible, la promotion doit clairement mentionner que le projet fait partie du MVC ; des conseils concernant la formule à utiliser pour calculer la valeur de l'investissement figurent à l'annexe B ;
- la valeur de contributions en nature (p. ex. équipement et services) apportées par des partenaires externes ;
- les investissements financiers directs dans le projet par le musée ou d'autres partenaires ou sources.

ANNEXE B - LIGNES DIRECTRICES CONCERNANT LE CALCUL DES COÛTS ET DES VALEURS

Traduction

Selon le traducteur, les frais peuvent être établis sur une base horaire ou au mot. Dans le cas de la vérification d'une traduction, un tarif horaire serait plus normal. Il faut noter que la rapidité et l'exactitude d'une traduction dépendent directement de la qualité du texte de départ. Il peut donc être pertinent de faire vérifier le texte de départ par un réviseur avant le processus de traduction. Dans le même ordre d'idées, une mauvaise traduction exige plus de temps et d'efforts au moment de la vérification. Toutes les estimations doivent donc être traitées comme des approximations.

Tarif horaire: Environ 75 \$ (estimation du nombre de mots par heure pour une traduction: 210; estimation du nombre de mots par heure pour une vérification: 500).

Tarif au mot: Environ 30 cents. (Il faut noter que tous les textes doivent être traduits: texte de l'interface, des balises ALT, transcriptions des extraits audio et vidéo, etc.)

Lorsque vous calculez le coût de la traduction, tenez compte du fait que des éléments supplémentaires peuvent venir s'ajouter, comme des textes de navigation, des descripteurs, ainsi que des transcriptions sonores et vidéo.

Reconnaissance de la propriété intellectuelle

Les établissements peuvent demander que l'on reconnaisse, comme élément de leur investissement dans un projet d'élaboration de contenu, la valeur de la propriété intellectuelle qu'ils mettent gratuitement à la disposition du public. Les formules qui suivent pour le calcul des valeurs sont fondées sur des transactions commerciales moyennes. **Nota : Ces formules ne sont pas destinées à servir de lignes directrices dans les négociations des établissements avec des tiers pour l'acquisition de droits.** Dans de tels cas, les tarifs négociés avec des sociétés de gestion collective ou des détenteurs de droits individuels devraient s'appliquer.

Dans le cas des images, la formule est fondée sur le droit de licence moyen que paient les producteurs multimédia pour l'utilisation d'une image dans un produit multimédia à diffusion mondiale. Pour l'information sous forme de texte, la formule est fondée sur les droits moyens payés aux rédacteurs pigistes, plus la redevance CanCopy pour les droits de transmission/reproduction dans Internet. Les formules pour les clips audio et vidéo sont généralement fondées sur les droits de licence commerciaux, en tenant compte de la grande variation des tarifs associés à l'utilisation dans Internet.

Images :	150 \$ x nombre estimatif d'images à inclure dans le produit
Texte :	375,10 \$ par estimation de 500 mots pour le produit
Clips audio :	8,30 \$ la minute
Clips vidéo :	30 \$ la seconde

Reconnaissance des efforts de promotion

Bien que le MVC n'investisse pas dans les coûts liés au marketing, les musées membres peuvent profiter de la valeur des efforts qu'ils déploient pour promouvoir leur contenu du MVC ou le MVC comme tel sous forme de crédit de marketing. Ce crédit devrait figurer dans le budget de la proposition, sous les contributions d'investissement (en nature et/ou financières) de l'établissement principal ou de tout autre partenaire ou participant.

Afin de recevoir une certaine reconnaissance pour cette contribution au projet, les détails ayant trait aux activités de communication prévues doivent figurer dans la proposition. Les activités admissibles doivent mentionner le MVC, de même que le contenu en particulier, là où il convient de le faire. Le logo du MVC doit occuper 25 % de l'espace total du matériel de promotion.

Les activités de marketing suivantes ayant trait au produit proposé sont admissibles à des fins de crédit de marketing:

- activités de lancement (cérémonie, réception, etc.) ;
- communiqués de presse et bulletins;
- campagne publicitaire dans les médias;

- création d'affiches, de brochures, de dépliants, de signets ou de publications (frais postaux inclus);
- conception d'articles promotionnels;
- présentation sur le contenu du MVC dans les écoles, dans des rencontres des membres du musée, auprès de visiteurs ou d'autres groupes.

D'autres activités de promotion peuvent aussi être reconnues.