

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

### Lignes directives du Programme pour les expositions virtuelles

Date de tombée pour la soumission des propositions –  
**le 16 novembre 2011 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, 4e étage (15-4-A)  
Gatineau (Québec) K1A 0M5

Courriel : [invest\\_programme-ex@pch.gc.ca](mailto:invest_programme-ex@pch.gc.ca)  
Téléphone : 819-934-5940 ou 1 800 520-2446  
Site Web : [www.rcip.gc.ca](http://www.rcip.gc.ca)

The English version of this document is also available.

# TABLE DES MATIÈRES

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

## **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 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 à l'aide du 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. Elles 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 leçons connexe inspiré de la collection d'objets d'apprentissage.

Les expositions en ligne qui bénéficieront d'un investissement du Programme d'investissement pour 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 musées<sup>1</sup> 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 ou contributeurs<sup>2</sup> du Réseau canadien d'information sur le patrimoine;
- 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 chaque établissement. 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.

---

<sup>1</sup> Établissement permanent, 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.

<sup>2</sup> 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 conventions avec des musées pour entreprendre les productions proposées dès qu'il reçoit les recommandations du Conseil de rédaction. À des fins de responsabilité 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, édition, diffusion, nouveaux médias]).

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

<http://www.rcip-chin.gc.ca/adhesion-membership/information/index-fra.jsp>

## **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 se réserve le droit d'améliorer les critères au fur et à mesure de l'évolution du Programme.

Même si le contenu se retrouve dans des sites Web 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 cinq (5) objets d'apprentissage);
- un plan de leçons.

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 leçons) 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 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 leçons.
- 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 leçons 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'apprentissage – 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 ou à des événements ou enjeux actuels.
- Le traitement et l'organisation du contenu sont appropriés au public 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 fait une exploration dynamique du patrimoine diversifié du Canada de façon divertissante et propice à l'apprentissage.
- La participation du public est un élément clé du concept, à la fois au moyen d'éléments interactifs ou des médias 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 ou 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 au public 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 façon divertissante et propice à l'apprentissage.

#### **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 manquent d'imagination.

## **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 qui seront utilisées sont clairement nommées, de même que la façon dont elles seront employées pour améliorer la présentation du contenu et l'expérience globale de l'utilisateur, au point où cela l'encouragera à réagir au contenu.
- La production présente les objets d'une façon telle qu'il serait impossible de le faire dans un espace physique grâce à des technologies adaptées au sujet (GPS, données géographiques).

### **Bien — 13 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 fournie.
- La production présente les objets d'une façon telle qu'il serait impossible de le faire dans un espace physique en ayant recours à des technologies.

### **Quelconque — 7 points :**

- La production soutient quelque peu les objectifs de communication énoncés, bien que les technologies qui seront utilisées et leur application pour améliorer la présentation du contenu et l'expérience globale de l'utilisateur par rapport au contenu ne soient pas clairement expliquées.
- La production n'indique pas clairement qu'elle présentera les objets d'une façon telle qu'il serait impossible de le faire 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, de manière à l'encourager à réagir au contenu.
- La production ne présente pas les objets d'une façon telle qu'il serait impossible de le faire dans un espace physique.

- Assurer l'optimisation des ressources – maximum de 25 points

Nota : Le plafond de l'investissement a été fixé à 400 000 \$, **incluant la TPS/TVH.**

Un concept associé à une comparaison de l'investissement par rapport à la valeur du résultat, et à 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 la part de l'établissement principal, des partenaires et des participants par rapport à l'investissement demandé.
- Les contributions incluent la plupart des éléments suivants : temps consacré par le personnel et son expérience, objets 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 de diffusion.
- Des ressources ont été affectées à la plupart des aspects du projet, y compris le contrôle de la qualité pour les aspects techniques du produit et ceux liés à son contenu dans les deux langues officielles.
- La production fournit des occasions de perfectionnement des compétences et de renforcement des capacités pour l'établissement.

**Bien — 20 points :**

- La proposition offre un ratio modéré de contributions sur le plan des éléments de contenu et de conception de la part de l'établissement principal, des partenaires et des participants par rapport à l'investissement demandé.
- Les contributions incluent quelques-uns des éléments suivants : temps consacré par le personnel et son expérience, objets 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 du produit et ceux liés à son contenu dans les deux langues officielles.
- La production fournit des occasions de perfectionnement des compétences et de renforcement des capacités pour l'établissement.

**Quelconque — 15 points :**

- La proposition offre un faible ratio de contributions sur le plan des éléments de contenu et de conception de la part de l'établissement principal, des partenaires et des participants par rapport à l'investissement demandé.
- Des contributions ont été faites dans seulement un ou deux des domaines suivants : temps consacré par le personnel et son expérience, objets 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 du produit et ceux liés à son contenu dans les deux langues officielles.

**Pas intéressant — 0 point :**

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

- Créer des partenariats<sup>3</sup> avec d'autres organismes du secteur privé ou public pour ce qui touche l'élaboration de contenu, l'expertise éducationnelle ou 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 par la contribution 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, ce qui accroît l'ampleur, la richesse 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 richesse 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 richesse du contenu.

**Pas intéressant — 0 point :**

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

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

**Très bien — 10 points :**

- Le programme d'études associé à la collection d'objets d'apprentissage proposée et au plan de leçons est clairement défini (groupes d'âge, sujets, provinces).
- Les objectifs d'apprentissage sont clairement énoncés et comprennent des références aux résultats escomptés sur le plan éducatif.

---

<sup>3</sup> 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 devra :

- déterminer la durée du partenariat;
- confirmer le montant de toute contribution en argent;
- décrire tout appui en nature et en préciser la valeur;
- indiquer la collection ou le contenu spécifique auquel le participant donne accès ou décrire l'expertise ou les services fournis.

- 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 leçons s'appliquent à une ou plusieurs provinces.

**Bien — 7 points :**

- Le programme d'études 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 leçons s'appliquent à une province.

**Quelconque — 3 points :**

- Le programme d'études 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 ne sont mentionnés).
- 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'études exact auquel la collection d'objets d'apprentissage et le plan de leçons 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 détaillés ou ne sont pas indiqués.

- Faire appel aux jeunes pour la création de 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 consultatif (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 consultatif (groupes de réflexion).

**Quelconque — 1 point:**

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

**Pas intéressant — 0 point :**

- Aucune participation des jeunes.

## **CRITÈRES D'INVESTISSEMENT POUR DES EXPOSITIONS VIRTUELLES**

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

Tous les musées, incluant l'établissement principal et ses partenaires, qui reçoivent un avantage financier dans le cadre d'un contrat, doivent être membres du RCIP.

Certains critères existent pour les productions dans lesquelles le MVC investit. Ils figurent dans le contrat qui s'applique aux propositions retenues (voir un exemple de contrat dans le site Web du RCIP à l'adresse :

[http://www.rcip-chin.qc.ca/financement-investment/expositions\\_virtuelles-virtual\\_exhibits/soumettre\\_proposition-submit\\_proposal/exemple\\_contrat-example\\_contract-fra.jsp](http://www.rcip-chin.qc.ca/financement-investment/expositions_virtuelles-virtual_exhibits/soumettre_proposition-submit_proposal/exemple_contrat-example_contract-fra.jsp)

### **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 de 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 indiqués dans la proposition;
- 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 sont directement liés à la production de contenu pour le MVC et qui offriront 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 de 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 de savoir si les frais sont 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 la mise en contexte du matériel;
- l'établissement de sites Web. *Nota* : 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 mémoire et serveurs;
- les imprimantes;
- les graveurs de CD;
- le matériel d'appoint (par ex. CD et DVD);
- les coûts permanents associés à la modération soutenue des technologies sociales (p. ex. blogues et wikis) utilisées dans 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, les coûts divers ou les 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 APPUYÉS PAR LE PROGRAMME D'INVESTISSEMENT**

Le MVC envisagera de réinvestir, tous les cinq ans, dans des produits au moment du renouvellement du contrat connexe (ou dans les six mois avant la date d'expiration du produit). Cet investissement sert à apporter des modifications mineures ou des mises à jour au contenu ou à la fonctionnalité technique de la 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 la propriété intellectuelle 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 qui sont faits directement 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 (0,30 \$). (Veuillez 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 s'ajoutent quand il s'agit de contenu en ligne, par exemple 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 multimédias 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 et aux communications, les musées membres peuvent accroître le niveau de mérite de leur soumission selon les efforts de marketing et de communication qu'ils proposent. Ces efforts peuvent être dirigés vers le rayonnement de leur contenu sur le MVC ou vers le MVC comme tel. La valeur de ces efforts devrait être chiffrée et 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.

Sans s'y limiter, les activités de marketing et de communication suggérées sont les suivantes :

En ligne :

- optimisation dans les moteurs de recherche (SEO et PPC);
- colonisation des médias sociaux;
- promotion dans les bulletins électroniques (avec hyperliens);
- bannières publicitaires sur des sites externes.

Hors ligne :

- communiqués de presse et bulletins;
- campagnes publicitaires dans les médias;
- activités de lancement (cérémonies, réceptions, etc.);
- création et distribution ciblée de matériel promotionnel;
- exposés sur le contenu du MVC dans les écoles, lors de rencontres des membres
- du musée, auprès de visiteurs ou d'autres groupes;
- commandites.

Puisque le produit est accessible et consommé en ligne, une proportion de 60:40 pour les activités en ligne est recommandée. Dans tous les cas, les tactiques doivent comporter une reconnaissance ou une visibilité acceptable pour le MVC.