

# IMPACTS DE LA COVID-19 SUR LES INSTITUTIONS MUSÉALES

Résultats d'un sondage effectué auprès des membres  
institutionnels de la SMQ en avril 2020



SOCIÉTÉ DES MUSÉES  
DU QUÉBEC

# Impacts de la COVID-19 sur les institutions muséales

- Le sondage s'est déroulé du 9 au 23 avril 2020.
- Envoyé à 262 institutions muséales membres de la SMQ, le sondage a été réalisé avec le logiciel en ligne Survey Monkey.
- Outre une bonne représentativité territoriale, les 108 réponses reçues couvrent des musées de toutes tailles et de tous types.
- La somme des budgets d'exploitation annuels des 108 répondants s'élève à plus de **168 M\$**.
- Au-delà des chiffres, les réponses à 5 questions ouvertes donnent une idée de l'ampleur et de la diversité des préoccupations vécues par les gestionnaires ainsi que des besoins criants du secteur.



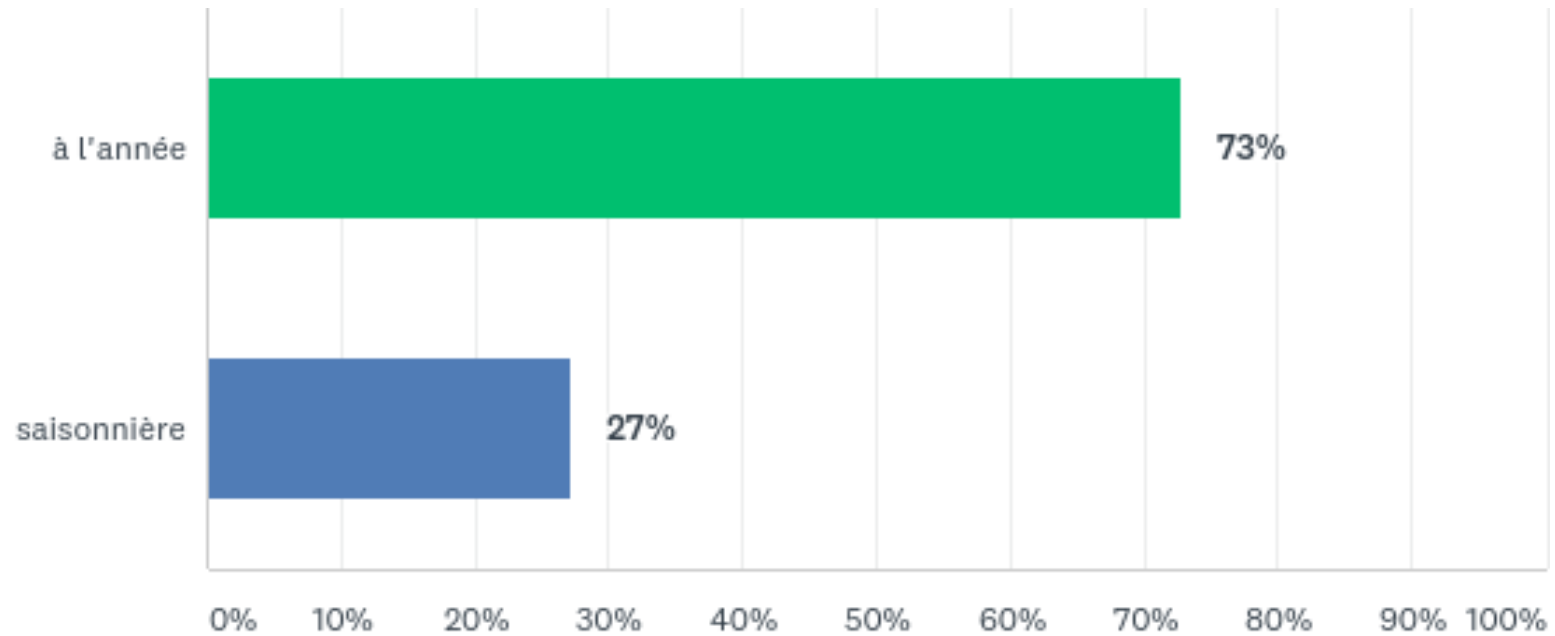
# Représentation régionale des répondants

N=108

<b>CHOIX DE RÉPONSES</b>	<b>RÉPONSES</b>	
Abitibi-Témiscamingue	6%	6
Baie-James et Eeyou Istchee	0%	0
Bas-Saint-Laurent	8%	9
Cantons-de-l'Est	6%	6
Centre-du-Québec	4%	4
Charlevoix	1%	1
Chaudière-Appalaches	6%	7
Duplessis-Manicouagan (Côte-Nord)	2%	2
Gaspésie	6%	6
Îles-de-la-Madeleine	0%	0
Lanaudière	3%	3
Laurentides	3%	3
Laval	3%	3
Mauricie	6%	7
Montérégie	9%	10
Montréal	13%	14
Nunavik	1%	1
Outaouais	2%	2
Québec	14%	15
Saguenay - Lac-Saint-Jean	8%	9
<b>TOTAL</b>		<b>108</b>

# L'ouverture des musées qui ont répondu est :

N=108



# Impacts financiers

N=108

## Pertes anticipées du 15 mars au 3 mai 2020

- Billetterie (individuels et groupes) : **5 327 382 \$**
- Autres revenus autonomes (boutique, location, événements, membership, dons, etc.) **1 508 585 \$**

**TOTAL : 6 835 987 \$**

## Pertes anticipées du 4 mai au 30 juin 2020

- Billetterie (individuels et groupes) : **9 048 989 \$**
- Autres revenus autonomes (boutique, location, événements, membership, dons, etc.) : **3 443 457 \$**

**TOTAL : 12 492 446 \$**

**TOTAL : près de 20 M\$ en 3 mois et demi**



# Impacts financiers

N=108

## Pertes anticipées du 16 mars au 3 mai 2020 (billetterie et revenus autonomes)

- Pour 50 % des répondants, il s'agit d'une perte de moins de 5 000 \$. Cela s'explique par le fait que 27 % des répondants sont saisonniers et donc fermés. D'autres sont gratuits en tout temps.
- Pour 22 % des répondants, l'estimation des pertes se situe entre 5 000 \$ et 20 000 \$.
- Pour 13 % des répondants, entre 20 000 \$ et 50 000 \$.
- Pour 5 % des répondants, entre 50 000 \$ et 100 000 \$.
- Pour 9 % des répondants, il est question de plus de 100 000 \$ de pertes.

## Pertes anticipées du 4 mai au 30 juin 2020 (billetterie et revenus autonomes)

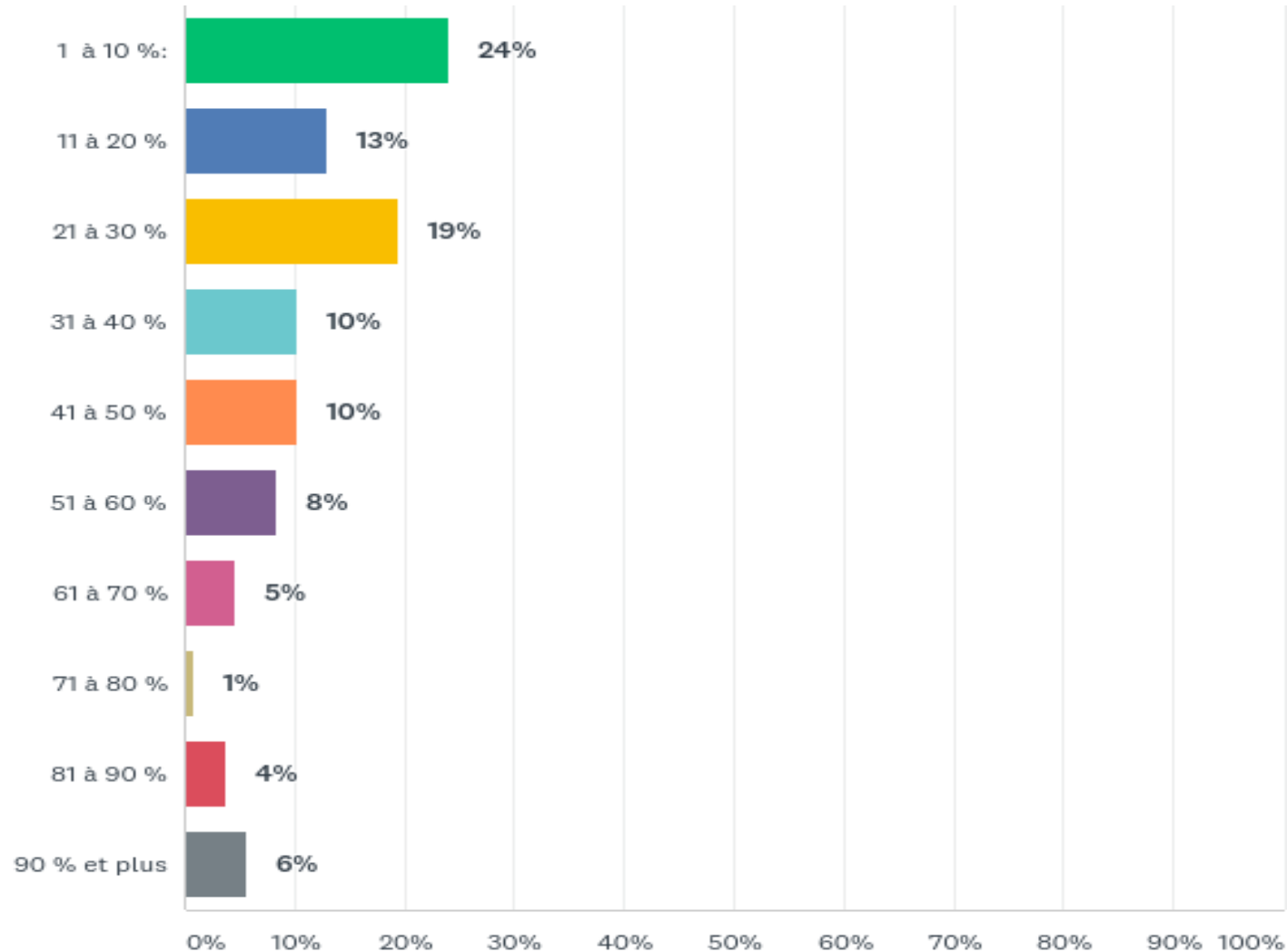
- Pour 32 % des répondants, il s'agit d'une perte de moins de 5 000 \$.
- Pour 7 % des répondants, l'estimation des pertes se situe entre 5 000 \$ et 20 000 \$.
- Pour 33 % des répondants, entre 20 000 \$ et 50 000 \$.
- Pour 8 % des répondants, entre 50 000 \$ et 100 000 \$.
- Pour 20 % des répondants, il s'agit de 100 000 \$ à quelques millions de pertes



# Pourcentage des revenus autonomes par rapport au budget d'exploitation

N= 108

Pour 24 % des répondants, les revenus autonomes représentent plus de 50 % du budget d'exploitation.



# Impacts sur les ressources humaines : emplois

N=108

Un quart des institutions muséales répondantes ont dû mettre à pied **et** réduire les heures de leurs employés.

## Nombre de mises à pied après le 13 mars : 528 employés

- Plus de la moitié des répondants (64 %) ont dû faire des mises à pied.
- Un quart des répondants ont mis à pied les trois-quarts de leurs effectifs.
- Un tiers des répondants ont mis à pied plus de la moitié de leurs effectifs.
- Un tiers des institutions ouvertes à l'année ont dû faire des mises à pied.

## Nombre d'employés ayant subi une réduction d'heures de travail : 388

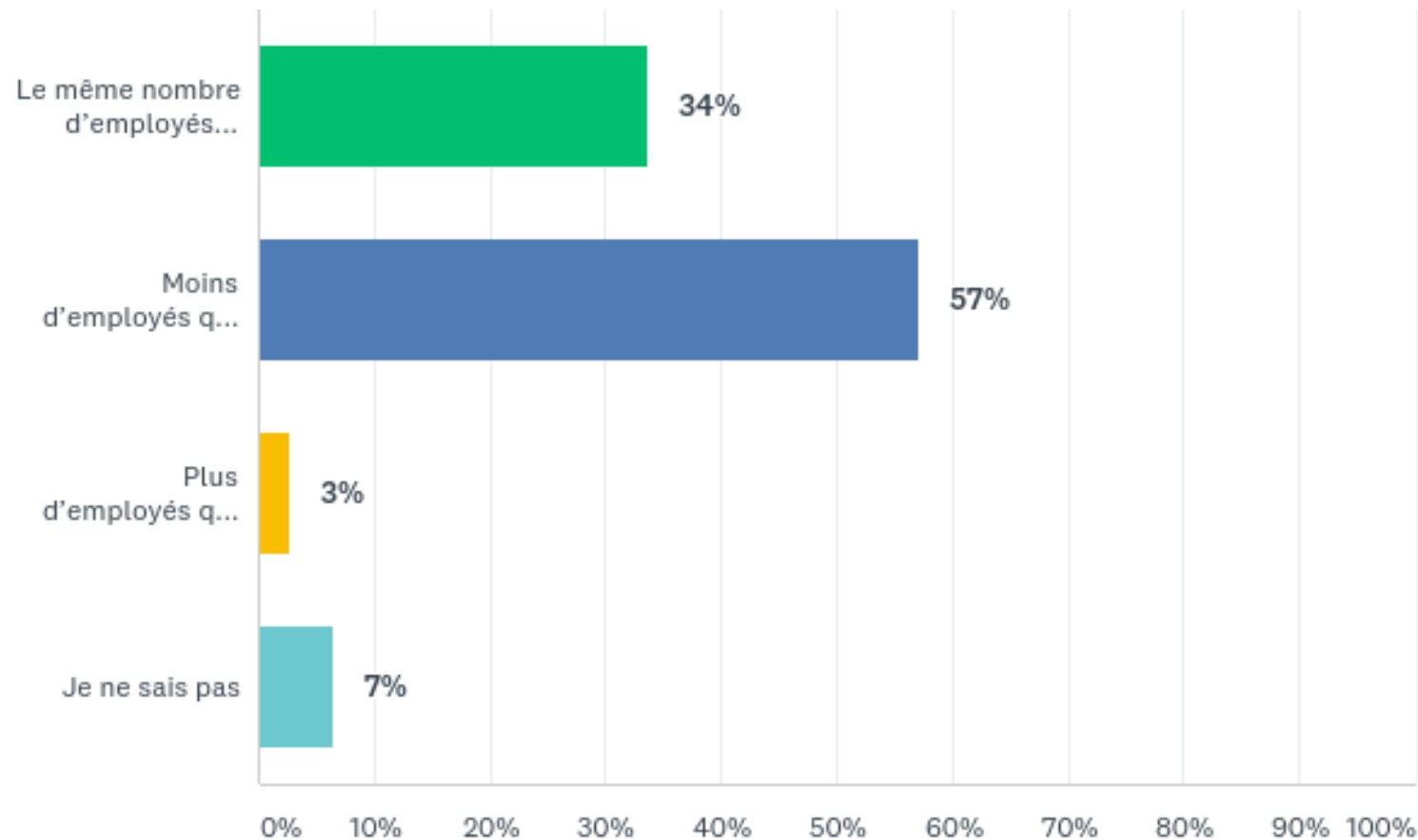
- Un tiers des répondants ont dû réduire les heures de travail de leurs employés.





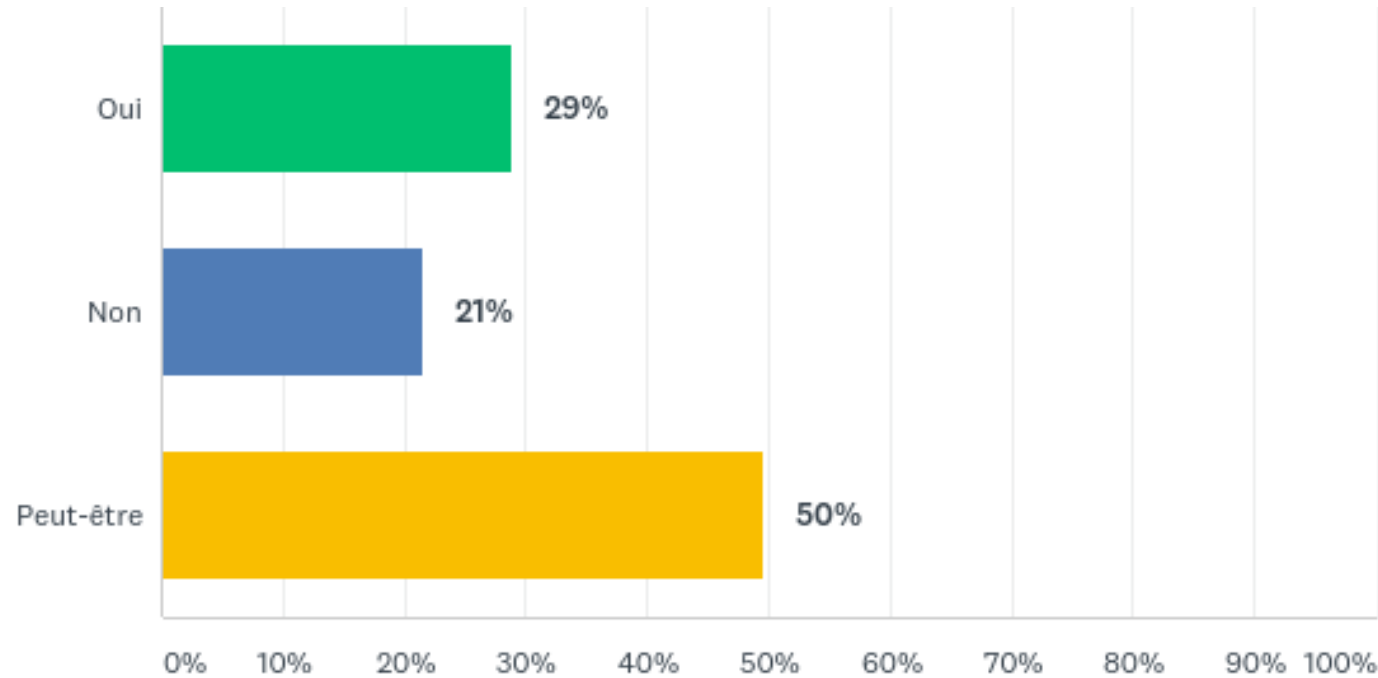
# Prévision d'embauche pour la saison estivale

N=108



# Dans l'état actuel de la situation, prévoyez-vous faire une campagne promotionnelle pour cet été?

N=108



# Ce que révèle le sondage...

## Sur le plan humain

- Au-delà des chiffres (nombre de mises à pied et réduction des heures de travail), les réponses révèlent des impacts humains et psychologiques plus difficiles à mesurer.
- Stress et anxiété, précarité financière et psychologique, gestion de l'incertitude, peur rationnelle et irrationnelle sont des termes évoqués par les répondants. Ces réalités sont d'autant plus difficiles à documenter qu'elles touchent l'intimité et la sensibilité des individus. Comme elles peuvent avoir des répercussions importantes sur la prestation professionnelle, les gestionnaires doivent s'en préoccuper.
- Les répondants s'inquiètent de la mobilisation des équipes dans ce contexte de grande fragilité individuelle et collective.
- La crainte de la COVID-19 et la distanciation sociale modifieront le comportement des employés et des visiteurs ainsi que les perceptions de part et d'autre.
- La contribution des bénévoles qui, tout comme les publics âgés, sont très présents dans les institutions muséales est aussi très préoccupante. Il faudra complètement revoir les façons de faire et l'organisation du travail.



# Ce que révèle le sondage...

## Sur le plan financier

- Au-delà des chiffres (pertes de revenus autonomes estimés), les réponses révèlent d'autres aspects financiers plus difficiles à mesurer, notamment en lien avec les relations contractuelles et les partenariats.
- Il existe de multiples ramifications entre les artistes, les travailleurs autonomes, les nombreux fournisseurs de services qui gravitent autour des musées. Tous subissent les contrecoups de la pandémie. Les gestionnaires de musée devront reconstruire leurs relations professionnelles avec eux.
- La situation actuelle fait prendre conscience de l'importance de revoir les clauses contractuelles et de se doter d'outils pour évaluer l'ampleur des pertes liées aux contrats à moyen et long termes (location d'expositions, commandites, partenariats, etc.).
- La situation actuelle fragilise les partenariats existants et la recherche de nouveaux en plus d'exiger une réévaluation des stratégies de commandites.
- Les répondants comptent beaucoup sur le soutien gouvernemental pour les aider à surmonter la précarité financière causée par la pandémie.



# Ce que révèle le sondage...

## Sur l'après-crise et la relance

- De nombreux répondants pensent que la reprise sera difficile, lente et progressive.
- Au mois d'avril, 21 % des répondants affirmaient qu'ils ne feraient pas de campagne promotionnelle pour la saison estivale et 50 % ne le savaient pas encore. Devant autant d'incertitudes, il est en effet difficile de planifier des actions de promotion.
- Plusieurs affirment que les équipes devront faire preuve d'une grande capacité d'adaptation, notamment pour implanter toutes les mesures de santé et de sécurité requises.
- Alors que la relation avec les publics sera complètement chamboulée, les gestionnaires sont conscients de l'importance de les rassurer, les informer, parfois les reconquérir et d'adapter l'accueil.
- Le maintien et le développement d'une offre virtuelle – notamment par le Web – sont également mentionnés comme étant nécessaires.
- De manière générale, le retour à une relative « normalité » n'est pas attendu avant 2021 dans les meilleurs scénarios.
- Les répondants font preuve d'une grande réactivité dans leurs commentaires, notamment quant à leur capacité d'innover et à leur volonté de demeurer solidaires pour renforcer le réseau muséal.

