



REVITALIZE NBM PUBLIC ENGAGEMENT PROGRAM

WHAT WE HEARD: SUMMARY REPORT
MARCH 27, 2024



PRODUCED BY DUKE
CREATIVE COLLECTIVE

TABLE OF CONTENTS

Executive summary	3
Engagement results	4
Updates to museum design	12
Conclusion	13
Appendix A	14
• Methodology for public engagement	
• Communication and invitation efforts	



INTRODUCTION

With a commitment to fostering community involvement and gathering valuable insights, the Board of Directors of the New Brunswick Museum (NBM) undertook a series of public engagement sessions between September 9th and 28th, 2023. The following summary report provides information on engagement objectives, methods, results including emergent themes, and design changes that resulted from the public and stakeholder input.

The goal was to provide an opportunity for citizens and stakeholders across New Brunswick to voice their opinions and contribute to the design of the new NBM. These engagement sessions served as a platform for dialogue and collaboration, shaping the foundation for the Revitalize NBM Project.

OBJECTIVES

The engagement strategy aligned with the following objectives:

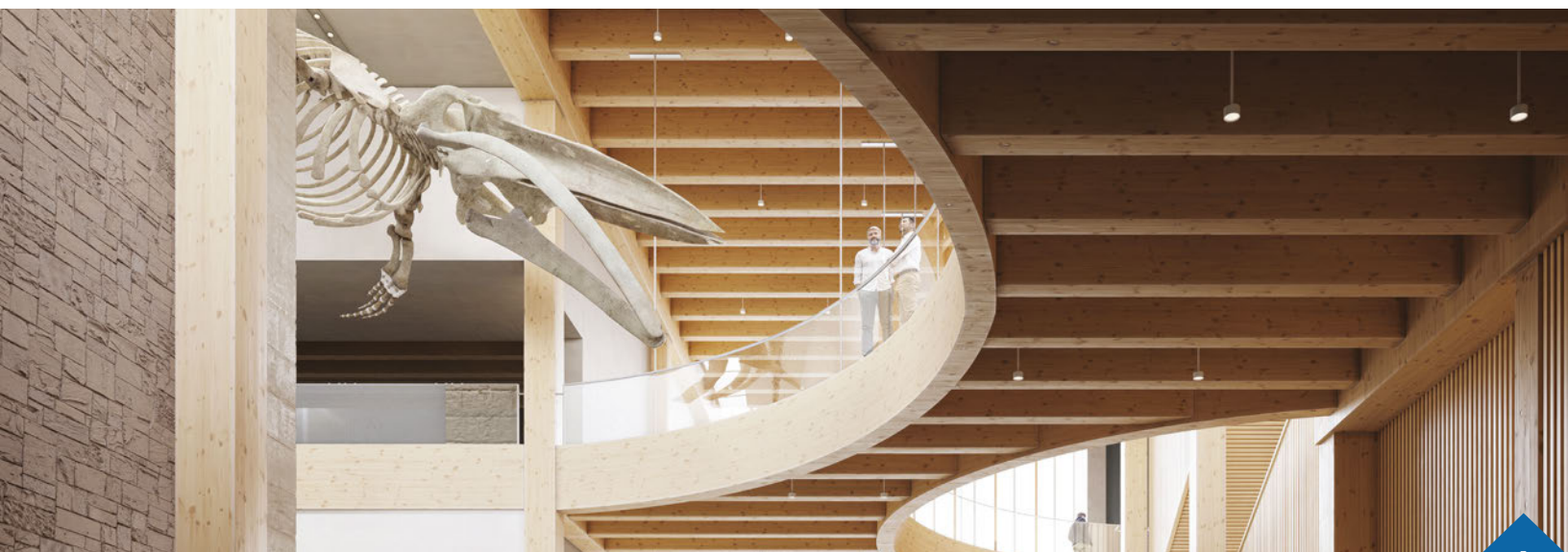
- 1. COMMUNITY INVOLVEMENT:**
Foster active participation and input from New Brunswickers from all walks of life, to help shape the design of the NBM.
- 2. VALUES-BASED INPUT:**
Gather insights reflecting the values and priorities of the community related to the design.
- 3. FOUNDATIONAL DESIGN INPUT FOR NBM REVITALIZATION:**
Provide a platform for citizens to contribute to the design of the Revitalize NBM Project.

ENGAGEMENT

Sessions took place in locations across the province and on Zoom, ensuring accessibility for as many interested individuals as possible. It is important to note that given the unique rights and interests of First Nations related to the project, First Nations engagement is ongoing and being carried out by NBM staff in parallel to this public engagement process. Feedback from First Nations will be treated as distinct and a separate input to the NBM's decisionmaking, and therefore is not included in this report.

Participants engaged in interactive discussions, shared their ideas, and heard from the NBM Board and project architects, Diamond Schmitt, about the project's overall mission and preliminary design concepts. Subject matter experts from the Diamond Schmitt team and the NBM, as well as Duke Creative Collective staff attended to present preliminary design concepts, inspire through examples of other cultural project designs, address questions and capture feedback. Open discussion was encouraged, and people were reminded of the ability to submit further questions or comments online at RevitalizeNBM.ca. Appendix A provides detailed information on the methods that were used to engage. In brief:

- Invitation promotions reached more than 530,000 New Brunswickers:
Social media engagement, website traffic, emails, paid and earned media strategy.
- Ten events, over 960 participants, verbal input at meetings, 360+ written submissions:
The engagement process successfully fostered active participation, with an emphasis on inclusivity and accessibility.
- Locations:
 - Saint John
 - Fredericton
 - Edmundston
 - Campbellton
 - Bathurst
 - Caraquet
 - Miramichi
 - Moncton
 - Province-wide Zoom meeting
 - New Brunswick Museum staff-only session



KEY FINDINGS

Overall response from the public engagement sessions was positive, and attendees were satisfied with the information presented and the open discussion format, indicating that they were comfortable asking questions and providing input.

Valuable insights and suggestions from the community were provided regarding the design, appearance and functionality of the new museum facility. Participants expressed a strong connection to the existing iconic 1934 structure and emphasized the importance of sustainability, community engagement, and consideration for the natural environment. Their priorities were to have the project done properly and with a long-term perspective that considers both cost and environmental impacts. The events generated many questions and a clear desire for more information, particularly the opportunity to provide their ideas on the project and for continued dialogue/input opportunities.

The sentiments offered by New Brunswickers regarding the Revitalize NBM Project share a consistent focus on four overarching topics.

1. There was a resounding call for **accessibility and inclusivity (30%)**, emphasizing the need for easy parking, smooth traffic flow, and designs that accommodate diverse abilities.
2. **Sustainability and longevity (25%)** took center stage, with a strong desire for eco-friendly features such as LEED Certification and birdfriendly architecture, as well as the use of sustainable materials. Participants expressed concerns about the long-term sustainability of the new facility, emphasizing the use of contemporary design and engineering practices or longevity and reduced operational costs.
3. **Community engagement and representation (25%)** emerged as key priorities, with the hope that the new museum would be a true reflection of New Brunswick's rich history, natural environment and diverse cultures.
4. Finally, the importance of thoughtful **building design and integration (20%)** was underscored, including concerns about historic preservation, future expansion potential, and creating engaging, flexible spaces.

EMERGENT THEMES

SUSTAINABILITY AND LONGEVITY

Participants expressed concerns about the long-term sustainability of the new facility, emphasizing the use of contemporary design and engineering practices for longevity and reduced operational costs.

INTERACTIVE AND EVER-EVOLVING SPACES

The community supports an architectural design that facilitates interactive exhibits, regularly rotated displays, and Instagram-worthy opportunities. Suggestions include a dynamic design that meshes with the existing building and the natural environment.

ICONIC DESIGN AND CULTURAL SIGNIFICANCE

Participants encouraged an iconic design on the inside, with natural materials and minimal concrete. Suggestions also included possible naming sections after significant contributors and integrating sculptures or interactive outdoor features.

FOOD SERVICE, CATERING AND EVENT FACILITIES

Suggestions were made for a café with a view, a catering kitchen for special events, and a possible roof terrace.

OTHER

Some comments were also related to the following themes: representation, community and local impacts, First Nations inclusion and representation, preservation of historic elements, economic opportunities, cost, process, and transparency.



SUMMARY OF MAJOR DISCUSSION COMMENTS BY SESSION

TOPIC	COMMENTS
SAINT JOHN – SEPT 9, 2023	
MUSEUM – GENERAL / PLANNING / PROCESS	Planning for future expansion – how will museum expand in the future.
	Importance of engaging Indigenous groups.
	Potential to display digital version of exhibitions / collections from street.
BUILDING DESIGN – SCALE, SITING, & MATERIALITY	Building design should integrate and complement the Douglas Ave. streetscape.
	Request to reduce scale of North addition.
	Glass should be designed to protect birds.
	Questions around how the existing building will be renovated and restored.
	Importance of natural light – balanced with the protection of collections.
SITE LANDSCAPE & PARKING	Suggested more space for bus drop off is required, in addition to the parking lot.
	Concern about parking quantity.
	Interest in a path network on the western exterior.
	Access to landscape, building should have a strong interior and exterior connection.
	Interest in outdoor children’s programs, a playground in the park.
	Suggestion for covered walkway or interior path from parking to building entry.

FREDERICTON – SEPT 10, 2023	
MUSEUM – GENERAL / PLANNING / CONCEPTS	Museum should reach all of NB – diverse cultural backgrounds of past and present. Exhibitions can tell stories of all NB cultures.
	Museum can serve as a community space – a “community living room” and an indoor destination on rainy days.
	Importance of the portage routes and location along Saint John River.
	Importance of children’s programming.
	NB forests & rivers as a concept that connect all of NB.
BUILDING – SCALE, SITING, & MATERIALITY	Building shape can be influenced by the site.
	Existing Douglas Ave. building should be complemented by a contemporary addition.
	Interest in maintaining the existing building entry stair. It is a recognizable symbol of the museum in NB.
SITE LANDSCAPE & PARKING	Opportunity for Indigenous communities to tell stories.
	Interest in trails or paths on West waterfront.
	Concern entrance is too far from parking, suggest a covered walkway.
	Roof terrace viewed very positively. Suggest trees or planting be incorporated on roof terrace.
EDMUNDSTON – SEPT 11, 2023	
	Museum design should be exciting to attract younger generations.
	The lobby space is central to the experience.
	Museum could bridge the divide between different cultures and communities.
	Francophone cultural representation in the museum and exhibitions is important.
CAMPBELLTON – SEPT 11, 2023	
	Attendees expressed enthusiasm for the museum’s revitalization project.
	Concerns about the accessibility of exhibits for visitors with reduced mobility.
	Suggestions were made for incorporating interactive elements to enhance visitor engagement.
	Integrating the museum building harmoniously into the existing site, preserving natural features where possible.

BATHURST – SEPT 12, 2023	
	Tours would be of interest when the museum first opens.
	Suggest that NBM provide shared resources to community museums, such as workshop use for preparation of traveling exhibitions.
	Potential for an exhibition space in NBM designed to house travelling exhibitions from community museums.
	NB Museum should tell the stories of all the cultures of NB.
	Auditorium – suggest a stage for small performances.
	Interactive story telling / exhibition feature.
	Maintaining the façade of existing building will maintain familiarity.
CARAQUET – SEPT 12, 2023	
	How to draw cruise ship visitors and uptown population to visit the museum.
	Offer a diversity of changing experiences to draw a range of returning visitors.
	Can the façade incorporate digital projections.
	Boutique accessibility from the street is important. Boutique items to reflect exhibits.
	Representation of all New Brunswick cultures, including new arrivals.
	How can the building represent its location on the coast.
	Involvement with community museums and supporting that network.
MIRAMICHI – SEPT 13, 2023	
MUSEUM – GENERAL / PLANNING / CONCEPTS	Glass should be designed to prevent bird strikes.
	How to control odors from local industrial sources and activities.
	Visitors want to see new exhibitions when visiting the museum – the ability to change displays and galleries is important.
	The collections should reflect the province, local stories.
	Interest in the ability to have interactive exhibitions.

BUILDING DESIGN, SITE LANDSCAPE	Treatment of the West façade should speak to the natural aspects of the site.
	Amount of glass used, protection of collections from light must be considered.
	Exterior façade ability for projections – display historic photographs or rotating views of exhibitions.
	All plant species used in landscaping should be native.
	Light pollution abatement.
	Outdoor lighting designed to protect birds during migration months and insect navigation.
	Interest in trails along west of site.
	Accessibility in all aspects of design.
MONCTON – SEPT 13, 2023	
	Storytelling and landscape design should be incorporated at the design phase.
	Opportunities to connect galleries with landscape, through moments of pause.
	Concern about upkeep for museum financially.
	Importance of including staff in planning discussions.
	Instead of visible storage, suggest a space designated for display of new acquisitions.
	A donor wall should be incorporated in the design.
	Importance of community outreach while museum is closed.
	Importance of public art.
	Building should strive for a high LEED level certification, focus on carbon neutral.
	Interest in tours when new building is open, inviting the community in.
	NBM should promote Stonehammer Geopark.
	Building should reflect Paleontological history of the Province perhaps Trilobite on exterior façade.

PROVINCE-WIDE ZOOM SESSION – SEPT 28, 2023	
	Potential for fire pit for outdoor storytelling.
	Interested in prioritizing the portage trail on the river.
	Importance of protection for collections.
	Interested to learn more about the research component of the museum.
	Wood from various tree species sourced from all areas of the province could create a mix of diversity & shared provincial view.
	The museum should highlight resource preservation efforts and concerns in NB.
	There should be a commitment to support New Brunswick businesses in the materials and labour for the project.
	Consideration for café space and catering space at the museum.
	Museum should be built for longevity, through selection of materials.
	There must be ample exterior lighting to deal with the famous fog.
	A building that generates electricity, has rest spaces with windows and natural vegetation either inside or outside, and the tidal tower's comeback.
	Building should highlight NB materials, in addition to the use of wood.
	The building should ensure bird strikes are reduced through design and lighting.
	Building should be unique to Saint John and reflect New Brunswick values.

The findings from the public engagement sessions have provided valuable insights for the ongoing development of the New Brunswick Museum, emphasizing the importance of community input, sustainability, and a design that reflects the rich history, natural environment, and values of the region.

UPDATES TO THE MUSEUM DESIGN

During the public consultations many valuable ideas and suggestions were shared by the public and stakeholders. Since the consultations have taken place, the design has continued to progress, and the project team has worked diligently to incorporate and address the suggestions and ideas shared by the community, where possible, during the design phase.

While many comments shared during the sessions related to the museum programming and exhibitions design, these items will be carried forward and considered during subsequent phases of the project when these aspects are being developed.

BUILDING SCALE AND PROPORTIONS

The building has been reduced in height by one storey and the proportions of the gallery bays have been refined to further integrate with the existing building and streetscape context. The museum is considering long term use of a secondary collection and research facility which may allow the overall building size to be reduced with a focus on providing exhibitions and learning programming for the public at Douglas Avenue.

BUILDING FORM

The design for the new building has been developed further to reflect the meaningful connections with the site's dual topography of urbanity to the east and the steep, lush escarpment sloping down to the Saint John River to the west. The west-facing façade has been softly arced in response to the landscape and curve of the river's shoreline, while the east frontage reflects the more urban nature of Douglas Ave. and façade of the existing museum.

ROOFTOP TERRACE

The public's enthusiasm and positive input regarding the potential for a rooftop terrace with panoramic views prompted the design team to enhance and further develop this space. The rooftop terrace will provide visitors with a captivating experience, with views extending west to Marble Cove and the Saint John River, and east to Uptown Saint John, the Harbour and the Bay of Fundy.

NATURAL LIGHT AND GLAZING

The use of natural light, in controlled and well considered public spaces, has been further enhanced with the integration of skylights above the atrium space. The location of all glazing has been designed to consider the protection of collections and exhibitions internally, while also providing visitors opportunities to enjoy stunning views of the surrounding natural landscape. Night lighting and glazing will also provide measures for the protection of birds externally, including the use of bird friendly frit, a known treatment that prevents bird-strikes.

COVERED WALKWAY

To enhance visitor convenience and comfort, the design has incorporated a covered walkway between the parking lot and the main entry. This covered area runs along the east frontage of the building on Douglas Avenue and is created through the projection of gallery volumes at the second level.

BUS AND VEHICLE DROP-OFF

To facilitate easy drop-off for the public, particularly school buses and tour buses, a new drop-off lay-by lane has been included in the site plan.

CONCLUSION

The public engagement program for the Revitalize NBM Project has successfully fulfilled its overarching goal – to actively involve New Brunswickers in shaping the new design and future of the NBM. With a commitment to fostering community involvement, the sessions provided a valuable platform for citizens to voice their opinions, ensuring that their perspectives play a pivotal role in the decision-making process.

The insights gathered from these engagements will be instrumental in informing crucial project decisions. The themes and emergent priorities highlighted by participants, ranging from accessibility and sustainability to community engagement and thoughtful design, will serve as foundational pillars for the ongoing development of the NBM. This wealth of community input will be carefully considered by the project team, ensuring that the final design reflects the values and aspirations of the diverse communities it will serve.

The success of these events is underscored not only by the robust attendance across various locations but also by the richness of feedback received. The engaged and participatory nature of the discussions, coupled with the diversity of ideas and perspectives, attest to the success of the public engagement strategy. New Brunswickers have demonstrated a vested interest in the revitalization of their provincial museum, showcasing a collective commitment to preserving the province's and region's history and values.

This collaborative approach ensures the new museum will be a true reflection of the communities it serves, fostering a sense of ownership and pride among New Brunswickers. The success of these events goes beyond numbers; it lies in the genuine engagement and enthusiasm demonstrated by participants, marking a significant milestone in the journey toward a revitalized and community-centric New Brunswick Museum.

ABOUT DUKE CREATIVE COLLECTIVE

We are a creative consultancy and marketing agency based in Saint John, NB. Our award-winning team works with clients to build authentic brands, develop strategic campaigns, and create memorable experiences that effectively connect at scale with those that matter most. Learn more at thisisduke.com.



APPENDIX A METHODOLOGY FOR PUBLIC ENGAGEMENT

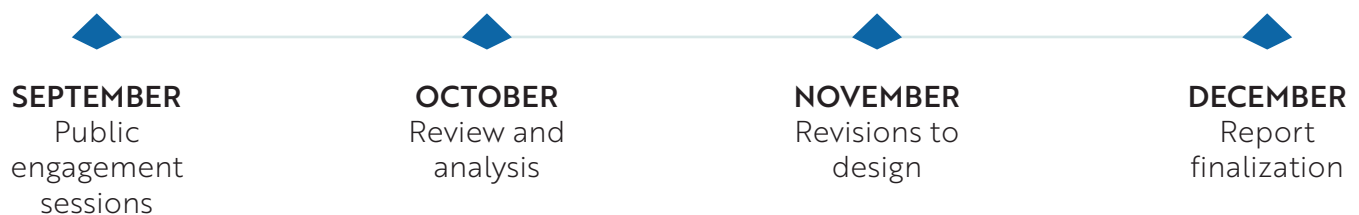
INTRODUCTION

Public engagement on the Revitalize NBM Project was carried out over a period of three weeks from September 9 – 28th, 2023.

The design of the engagement process was a collaborative effort between the New Brunswick Museum Board and staff, Duke Creative Collective, and the Diamond Schmitt Architects team.

It was determined that an overview from the architects, including inspirational examples from previous projects, followed by Q&A and open dialogue would yield the most useful public input. NBM and Diamond Schmitt would then apply these findings to their design and project planning process.

PROCESS AT A GLANCE



INVITATION DISTRIBUTION/PROMOTION



NBM-owned channels (websites, social media, email)



Paid media (online)



Via partners, stakeholders and employees



Earned media

OPPORTUNITIES

- RevitalizeNBM.ca open feedback form
- RevitalizeNBM.ca public engagement questions
- Public engagement sessions in 9 locations
- Dialogue with stakeholders and community leaders
- NBM employee session
- Province-wide public Zoom meeting

INVITE DISTRIBUTION/PROMOTION

To garner widespread participation across the province, substantial efforts were dedicated to enhance the social reach and engagement associated with the invitations. This involved crafting a compelling engagement narrative, a persuasive call-to-action, and establishing a distinct visual brand specifically for the Revitalize NBM Project.

This strategic approach aimed not only to generate earned media but also to create a buzz within the community by leveraging NBM's direct channels and stakeholder networks, making the project stand out and leave a lasting impact through cohesive and consistent project communications.

Individual invites for each session were created and posted, and boosted into the respective geographic communities in advance of each session.

OPPORTUNITIES TO ENGAGE

The RevitalizeNBM.ca website made its debut as part of the official kick-off of the public engagement process. Serving as an informative hub, RevitalizeNBM.ca hosted a beautiful drone video providing captivating visuals of the current and future site of the New Brunswick Museum, including the stunning views of Marble Cove.

The site played a pivotal role in sharing information surrounding the Revitalize NBM Project, laying the groundwork for NBM's engagement process providing an RSVP function, facilitating transparent and open communications with fillable forms, and ensuring stakeholders stayed informed about engagement opportunities.

Recognizing that the museum is for all New Brunswickers, it was important to make it easy to participate. A combination of both in-person and online tactics were employed and within those streams, multiple participation opportunities were made available to suit varying levels of knowledge and interest in the Revitalize NBM Project.

The engagement process aimed to foster a sense of ownership and collaboration, ensuring that the diverse perspectives of New Brunswickers were integral to shaping the project's vision and objectives regarding design.



COMMUNICATION & INVITATION EFFORTS

The NBM and Duke Creative Collective sought to leverage all available channels to build awareness and understanding of the public consultation program and invite participation. Custom content resources were created to support this effort.



Owned channels and networks leveraged:

- NBM subject matter experts
- RevitalizeNBM.ca / RevitalizeNBM.com
- NBM-MNB.ca
- Twitter: @NBM-MNB
- Facebook: New Brunswick Museum - Musée du Nouveau-Brunswick
- Instagram: nbm_mnb
- NBM newsletter
- NBM Board & NBM COO communications
- Stakeholder email list

Social media was a helpful means of building awareness and engagement, as illustrated by the Facebook/Instagram snapshot that follows.

FACEBOOK/INSTAGRAM SNAPSHOT

- Link clicks were up 9,800% on Facebook and 100% on Instagram
- Total reach: 160.7K
- Interactions and conversations spiked during the public engagement period
- The tone of social media conversations was generally neutral, focused on information sharing and engaging others

Highest reach on a post ⓘ



This post's reach (18,395) is **1,902%** higher than your median post reach (919) on Facebook.

Highest reactions on a post ⓘ



This post received **1,615%** more reactions (343 reactions) than your median post (20 reactions) on Facebook.

Highest comments on a post ⓘ



This post received **6,000%** more comments (61 comments) than your median post (1 comment) on Facebook.

REVITALIZE NBM SNAPSHOT

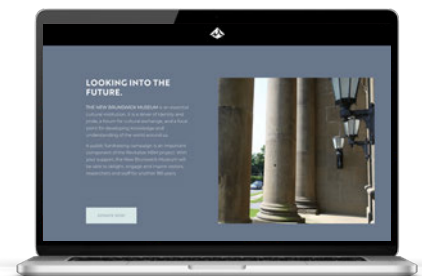
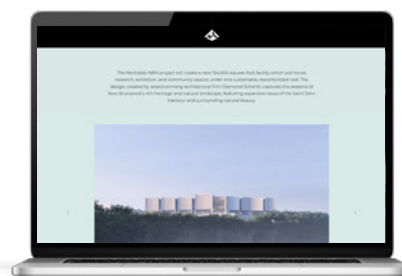
[The Revitalize NBM Project website](#) plays a pivotal role in keeping New Brunswickers informed and engaged throughout the public consultation process and the entirety of the project, serving as a centralized hub for project updates, announcements, public engagement events and interactive features.

By fostering transparency and accessibility, the website ensures that New Brunswickers stay well-informed about the NBM initiative, allowing them to contribute their insights and stay connected with the transformative developments shaping their cultural landscape. The Revitalize NBM website serves as a digital bridge, connecting the project team with the community and reflecting a commitment to an inclusive and collaborative process.

September 2023

- 4.4K pageviews
- 364 form submissions
- 4 min + time on page: demonstrating very high engagement from visitors*

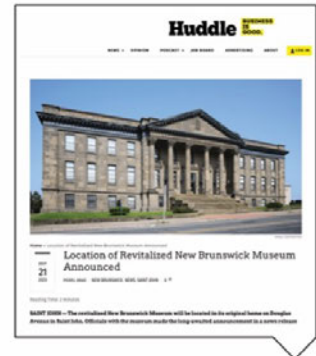
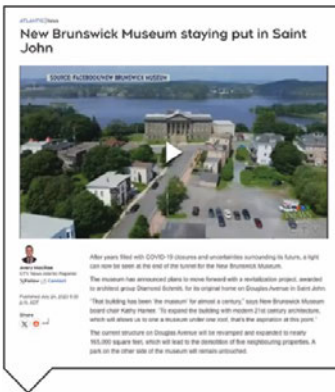
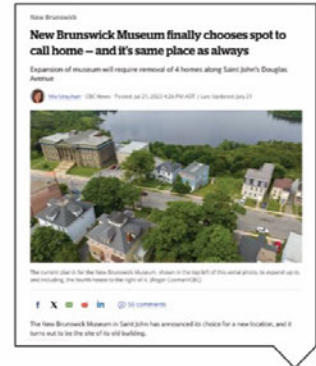
*One study shows that the average time that a site visitor spends on a webpage is 52 seconds across all industries.



EARNED MEDIA

Earned media refers to audience impressions gained through news media and blogs.

Traditional media coverage yielded significant audience reach, providing information about the Revitalize NBM Project and public engagement process. More than 10 related print, broadcast and online media stories were published province-wide during the engagement period.



PAID MEDIA

A targeted and strategic investment in paid media represents a crucial component of the Revitalize NBM initiative. Driving awareness and attendance with respect to public engagement, sessions contributed to a more comprehensive and inclusive range of insights from a diverse array of stakeholders.

Through a targeted media buy on social platforms, the campaign goal was to amplify reach, ensuring that key messages and invitations to public engagement sessions in each community were effectively shared to a broader audience, reaching New Brunswickers who may not have otherwise been aware of the initiative.

September 2023

- Reach: 160K+
- Impressions: 20K+
- 22% increase in Facebook profile visits

INVITATION & AWARENESS

Summary of invitation and awareness efforts and their reach.

Social Media:

400K+
IMPRESSIONS

Earned Media:

130K
IMPRESSIONS

NBM Newsletter:

1400
SENT

RevitalizeNBM website:

4.7K
PAGE VIEWS

87%
OPEN RATE





LE PROJET DE REVITALISATION DU MNB

PROGRAMME DE MOBILISATION DU PUBLIC

VOICI CE QUE NOUS
AVONS ENTENDU:
RAPPORT SOMMAIRE

LE 27 MARS 2024

RÉDIGÉ PAR DUKE
CREATIVE COLLECTIVE



TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	3
.....
Résultats du programme	4
.....
Mises à jour de la conception	12
.....
Conclusion	13
.....
Annexe A	14
.....
• Méthodologie du programme de mobilisation du public
.....
• Tentatives de communication et invitations
.....



INTRODUCTION

Soucieux de favoriser la participation communautaire et de recueillir de précieuses perspectives, le conseil d'administration du Musée du Nouveau-Brunswick (MNB) a entrepris une série de séances de mobilisation du public du 9 au 28 septembre 2023. Le rapport sommaire suivant présente de l'information sur les objectifs, les méthodes et les résultats de la mobilisation, notamment les thèmes émergents et les refontes de la conception résultant des contributions du public et des parties prenantes.

L'objectif était de donner l'occasion aux citoyens et aux intervenants du Nouveau-Brunswick d'exprimer leurs opinions et de contribuer à la conception du nouveau MNB. Ces séances de mobilisation ont servi de plate-forme pour le dialogue et la collaboration qui ont jeté les bases du projet de Revitalisation du MNB.

OBJECTIFS

La stratégie de mobilisation s'alignait avec les objectifs suivants :

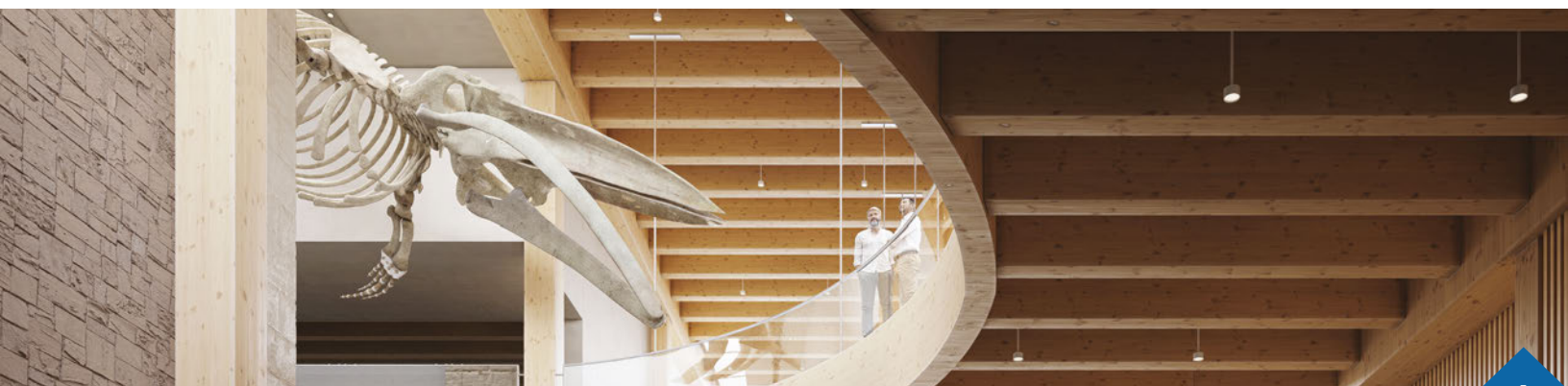
- 1. IMPLICATION COMMUNAUTAIRE:**
La participation active et la contribution des Néo-Brunswickois et Néo-Brunswickoises de tous les horizons, afin qu'ils puissent contribuer à façonner la conception du MNB.
- 2. APPORT FONDÉ SUR LES VALEURS:**
Le recueil des informations liées à la conception reflétant les valeurs et les priorités de la communauté.
- 3. APPORT À LA CONCEPTION FONDAMENTALE DE LA REVITALISATION DU MNB:**
La création d'une plate-forme permettant aux citoyens de contribuer à la conception du projet de Revitalisation du MNB.

MOBILISATION

Des séances ont été tenues dans l'ensemble de la province et sur Zoom, afin d'assurer l'accessibilité au plus grand nombre possible de personnes intéressées. Il est important de souligner qu'étant donné les droits et intérêts uniques des Premières Nations liés au projet, leur participation sera continue et menée par le personnel du MNB, parallèlement au processus de mobilisation du public. La rétroaction des Premières Nations sera traitée comme une contribution distincte au processus décisionnel du MNB et elle ne sera donc pas abordée dans ce rapport.

Les participants ont participé à des discussions interactives, ils ont partagé leurs idées et entendu le conseil d'administration du MNB et les architectes du projet, Diamond Schmitt, qui ont présenté la mission globale du projet et des concepts de conception préliminaires. Des experts en la matière de l'équipe Diamond Schmitt et du MNB, ainsi que le personnel de Duke Creative Collective, étaient présents pour présenter les concepts préliminaires de la conception, pour inspirer les participants en leur montrant des exemples d'autres conceptions de projets culturels, et pour répondre aux questions et recueillir les commentaires. Une discussion ouverte a été encouragée et on a rappelé aux gens la possibilité de soumettre d'autres questions ou commentaires en ligne à : fr.revitalizenbm.com. Des informations détaillées sur les méthodes de mobilisation se trouvent dans l'Annexe A. En bref :

- La publicisation des invitations a atteint plus de 530 000 gens du Nouveau-Brunswick : Mobilisation sur les réseaux sociaux, trafic sur le site Web, courriels, stratégie média acquis et achetés.
- Dix séances, avec plus de 960 participants, leurs commentaires lors des réunions, et plus de 360 observations écrites :
Le processus de mobilisation a réussi à favoriser une participation active, en mettant l'accent sur l'inclusivité et l'accessibilité.
- Séances:
 - Saint John
 - Fredericton
 - Edmundston
 - Campbellton
 - Bathurst
 - Caraquet
 - Miramichi
 - Moncton
 - Lors de réunions Zoom à l'échelle provinciale
 - Et une séance réservée au personnel du Musée du Nouveau-Brunswick.



CONSTATATIONS CLÉS

En général, la réponse aux séances de mobilisation du public a été positive, et les participants satisfaits de l'information présentée et du format de discussion ouverte, ce qui semble indiquer qu'ils étaient à l'aise pour poser des questions et contribuer leurs commentaires.

De précieuses idées et recommandations ont été fournies par les membres du public concernant la conception, l'apparence et la fonctionnalité de la nouvelle installation muséale. Les participants ont exprimé leurs liens étroits avec la structure emblématique existante de 1934, et ils ont souligné l'importance de la durabilité, de l'engagement communautaire et du respect de l'environnement naturel. Leurs priorités étaient de réaliser le projet correctement et dans une perspective à long terme, tenant compte à la fois des coûts et des impacts sur l'environnement. De nombreuses questions ont été soulevées ainsi qu'un désir évident d'obtenir plus d'informations, en particulier la possibilité de faire part de leurs idées sur le projet et d'autres occasions de dialogue et de contribution.

Les sentiments exprimés par les gens du Nouveau-Brunswick concernant le projet de Revitalisation du MNB étaient marqués par une concentration constante sur quatre aspects primordiaux:

1. Un appel retentissant en faveur de **l'accessibilité et de l'inclusivité (30%)**, soulignant la nécessité de stationnement accessible, de la circulation fluide et de conceptions adaptées aux personnes ayant des capacités diverses.
2. La **durabilité et la durée de vie (25 %)** occupent une place centrale, notamment un fort désir de fonctionnalités respectueuses de l'environnement telles que la certification LEED et une architecture respectueuse des oiseaux, ainsi que l'utilisation de matériaux durables. Les participants ont exprimé leurs inquiétudes quant à la durabilité à long terme de la nouvelle installation, mettant l'accent sur l'utilisation de pratiques de conception et d'ingénierie contemporaines pour assurer sa longévité et réduire les coûts d'exploitation.
3. **L'engagement et la représentation communautaires (25 %)** ont été présentés comme des priorités clés, dans l'espoir que le nouveau musée reflète véritablement la riche histoire, l'environnement naturel et les diverses cultures du Nouveau-Brunswick.
4. Finalement, l'importance de **la conception et de l'intégration de la nouvelle installation (20 %)** a été soulignée, notamment les préoccupations concernant la conservation historique, la possibilité d'un agrandissement future et la création d'espaces attrayants et polyvalents.

THÈMES ÉMERGENTS

DURABILITÉ ET LONGÉVITÉ

Les participants ont exprimé leurs inquiétudes quant à la durabilité à long terme de la nouvelle installation, mettant l'accent sur l'utilisation de pratiques de conception et d'ingénierie de pointe afin d'assurer la longévité et de réduire les coûts d'exploitation de l'installation.

ESPACES INTERACTIFS ET EN CONSTANTE ÉVOLUTION

La communauté a soutenu une conception architecturale qui facilitera les expositions interactives, les expositions en rotation régulière et les occasions que le public jugera dignes d'Instagram. Les suggestions comprenaient une conception dynamique qui s'harmonise au bâtiment existant et à l'environnement naturel.

DESIGN EMBLÉMATIQUE ET IMPORTANCE CULTURELLE

Les participants favorisaient une conception emblématique à l'intérieur de l'installation, exprimée par le biais de matériaux naturels et d'un minimum de béton. Les suggestions comprenaient également la possibilité de nommer certaines parties de l'installation en hommage à des contributeurs importants et d'intégrer des sculptures ou des éléments interactifs à l'extérieur.

SERVICES DE RESTAURATION ET DE TRAITEUR ET INSTALLATIONS ÉVÉNEMENTIELLES

Les participants ont suggéré un café avec vue, une cuisine de traiteur pour les activités spéciales et possiblement une terrasse sur le toit.

AUTRE

Certains commentaires portaient également sur les thèmes suivants : la représentation et les impacts communautaires et locaux, l'inclusion et la représentation des Premières Nations, la préservation des éléments historiques, les possibilités économiques, les coûts, les processus et la transparence.



RÉSUMÉ DES PRINCIPAUX COMMENTAIRES DE DISCUSSION POUR CHAQUE SÉANCE

SUJET	COMMENTAIRES
SÉANCE À SAINT JOHN, LE 29 SEPTEMBRE 2023	
LE MUSÉE FACTEURS GÉNÉRAUX / PLANIFICATION / PROCESSUS	La planification en vue d'une expansion future : comment agrandir le musée à l'avenir.
	L'importance de consulter les populations autochtones.
	La possibilité de présenter des expositions / collections virtuellement.
CONCEPTION DU BÂTIMENT : TAILLE, SITE ET MATÉRIAUX	La conception de l'installation doit intégrer et s'harmoniser avec le panorama de rue de l'avenue Douglas.
	Une demande de réduire la taille de l'extension au nord de l'installation.
	Les fenêtres doivent être conçues afin de protéger les oiseaux.
	Plusieurs questions relatives à la rénovation et la remise en état du bâtiment actuel.
	L'importance de la lumière du jour, compte tenu de la nécessité de protéger les collections.
AMÉNAGEMENT DU SITE ET DU STATIONNEMENT	L'on suggère que plus d'espace sera nécessaire pour les autobus, en plus du stationnement de voitures.
	Préoccupations concernant l'espace pour le stationnement.
	Un réseau de sentiers à l'ouest de l'installation suscite de l'intérêt.
	L'accès au paysage; établir un lien solide entre l'intérieur et l'extérieur de l'installation.
	Des programmes à l'extérieur pour les enfants et un terrain de jeu dans le parc.
	Un passerelle couverte ou une voie d'accès intérieure menant du stationnement à l'installation.

SÉANCE À FREDERICTON, LE 10 SEPTEMBRE 2023	
LE MUSÉE : FACTEURS GÉNÉRAUX / PLANIFICATION / PROCESSUS	Le musée doit rejoindre l'ensemble du Nouveau-Brunswick: les origines culturelles diverses du passé et du présent. Les expositions peuvent raconter l'histoire de toutes les cultures du Nouveau-Brunswick.
	Le musée peut servir d'espace communautaire, de salon communautaire et d'abri pour les événements lorsqu'il pleut.
	L'importance des routes de portage et de leur emplacement le long du fleuve Saint-Jean.
	L'importance de la programmation pour les enfants.
	Les forêts et cours d'eau du Nouveau-Brunswick comme facteurs unissant les gens de toute la province.
CONCEPTION DU BÂTIMENT : TAILLE, SITE ET MATÉRIAUX	La forme du bâtiment peut s'inspirer du paysage qui l'entoure.
	Le bâtiment actuel de l'avenue Douglas pourrait être complété par une extension moderne.
	L'escalier d'entrée du bâtiment existant devrait être conservé car c'est un symbole emblématique du Musée au Nouveau-Brunswick.
AMÉNAGEMENT DU SITE ET DU STATIONNEMENT	L'occasion pour les Premières Nations de raconter leurs histoires.
	Le réseau de sentiers sur le versant ouest du site, donnant sur le fleuve.
	L'entrée serait trop éloignée du stationnement, et une passerelle couverte est recommandée.
	L'idée d'une terrasse sur le toit est très bien reçue. Des arbres ou des plantations peuvent u être incorporés.
SÉANCE À EDMUNDSTON, LE 11 SEPTEMBRE 2023	
	La conception du Musée doit être passionnante afin d'y attirer les jeunes gens.
	Le grand hall d'entrée doit être au cœur de l'expérience.
	Le Musée pourrait servir de lien aux diverses cultures et communautés.
	La représentation culturelle francophone au Musée et dans les expositions est primordiale.
SÉANCE À CAMPBELLTON, LE 11 SEPTEMBRE 2023	
	Les participants ont exprimé leur enthousiasme pour le projet de Revitalisation du Musée.
	Des préoccupations concernant l'accessibilité des expositions pour les visiteurs à mobilité réduite.
	Il a été suggéré que des éléments interactifs pouvaient être incorporés afin d'améliorer l'expérience des visiteurs.
	Intégrer harmonieusement le bâtiment du Musée au site existant, en préservant dans la mesure du possible les éléments naturels.

SÉANCE À BATHURST, LE 12 SEPTEMBRE 2023	
	Il serait intéressant d'avoir des visites guidées lors de l'ouverture du Musée.
	Que le MNB fournisse des ressources partagées aux musées communautaires, telles que des ateliers pour la préparation d'expositions itinérantes.
	La possibilité d'un espace d'exposition au MNB pour des expositions itinérantes des musées communautaires.
	Le Musée du Nouveau-Brunswick doit raconter les histoires de toutes les cultures de la province.
	Un auditorium avec une petite scène pour des performances locales.
	Espace pour des contes / expositions interactifs.
	La conservation de la façade de l'ancien bâtiment maintient le lien avec le passé.
SÉANCE À CARAQUET, LE 12 SEPTEMBRE 2023	
	Comment attirer les visiteurs de navires de croisière et la population du centre-ville au Musée.
	Offrir une gamme d'expériences changeantes afin d'attirer un public fidèle.
	Projeter des présentations numériques sur la façade.
	Il est important que la boutique soit accessible à partir de la rue. Offrir des articles liés aux expositions.
	Représenter toutes les cultures du Nouveau-Brunswick, y compris les nouveaux-arrivants.
	L'installation doit refléter son emplacement sur la côte.
	La participation des musées communautaires et le soutien de ce réseau.
SÉANCE À MIRAMICHI, LE 13 SEPTEMBRE 2023	
LE MUSÉE : FACTEURS GÉNÉRAUX / PLANIFICATION / PROCESSUS	Les fenêtres doivent être conçues afin d'éviter la collision des oiseaux.
	Comment contrôler les odeurs provenant des sources et activités industrielles locales.
	Les visiteurs veulent voir de nouvelles expositions lorsqu'ils visitent le Musée. Il est important de varier les expositions.
	Les collections doivent refléter la province et les histoires locales.
	La possibilité d'expositions interactives.

CONCEPTION DU BÂTIMENT : TAILLE, SITE ET MATÉRIAUX	Le traitement de la façade ouest doit tenir compte des aspects naturels du site.
	L'on doit prendre en compte la quantité de verre par rapport à la protection des collections contre la lumière.
	La projection de films sur la façade extérieure ou l'affichage de photographies historiques ou d'expositions variées.
	Toutes les plantes utilisées pour l'aménagement paysager devraient être indigènes.
	La réduction de la pollution lumineuse.
	Un éclairage extérieur conçu pour protéger les oiseaux pendant les mois de migration et la navigation des insectes.
	Un réseau de sentiers à l'ouest du site.
	L'accessibilité doit être primordial dans tous les aspects de la conception.
SÉANCE À MONCTON, LE 13 SEPTEMBRE 2023	
	La narration des contes et l'aménagement paysager doivent être intégrés dès la phase de conception.
	La possibilité de relier les galeries au paysage, en offrant des occasions de faire une pause.
	Préoccupations concernant l'entretien financier du Musée.
	L'importance d'inclure le personnel dans les discussions de planification.
	À la place des collections visibles, proposer un espace destiné aux nouvelles acquisitions.
	Incorporer un mur d'hommage aux donateurs.
	L'importance de la sensibilisation communautaire pendant que le Musée est fermé.
	L'importance des œuvres d'art publics.
	Le bâtiment doit viser la certification de haut niveau LEED et la carboneutralité.
	Les visites guidées lors de l'ouverture de la nouvelle installation afin d'inviter la communauté à entrer.
	Le MNB devrait promouvoir le Géoparc Stonehammer.
	L'installation devrait exprimer l'histoire paléontologique de la province. Un trilobite pourrait orner la façade extérieure.

SÉANCE ZOOM À L'ÉCHELLE DE LA PROVINCE, LE 28 SEPTEMBRE 2023

	La possibilité de créer un foyer pour conter des histoires près du feu à l'extérieur.
	L'importance du sentier de portage près du fleuve.
	L'importance de bien protéger les collections.
	L'intérêt à en savoir plus sur le volet recherche du Musée.
	Le bois provenant de diverses espèces d'arbres de toutes les régions de la province pourrait exprimer la diversité et une vision provinciale partagée.
	Le Musée devrait mettre en valeur les efforts et les préoccupations en matière de préservation des ressources au Nouveau-Brunswick.
	Il devrait y avoir un engagement à soutenir les entreprises du Nouveau-Brunswick en ce qui concerne les matériaux et la main-d'œuvre nécessaires au projet.
	Prise en compte d'un espace pour un café et service de traiteur au Musée.
	Le Musée doit être construit en fonction de la durabilité, grâce à la sélection des matériaux.
	Il faut prévoir un éclairage extérieur suffisant pour éclairer durant les fameux brouillards.
	Un bâtiment qui produit de l'électricité, dispose d'espaces de repos avec des fenêtres et des plantes à l'intérieur ou à l'extérieur, et le retour de la tour des marées.
	Le bâtiment doit mettre en valeur les matériaux du Nouveau-Brunswick, et l'utilisation du bois.
	Réduire les collisions d'oiseaux grâce à la conception et à l'éclairage.
	Le bâtiment doit refléter le caractère unique de Saint John et les valeurs du Nouveau-Brunswick.

Les résultats des séances de mobilisation du public ont fourni de précieuses informations pour le développement continu du Musée du Nouveau-Brunswick, soulignant l'importance de la contribution de la communauté, de la durabilité et d'une conception qui reflète la riche histoire, l'environnement naturel et les valeurs de la région.

MISES À JOUR DE LA CONCEPTION DU MUSÉE

Au cours des consultations publiques, de nombreuses idées et suggestions précieuses ont été exprimées par les membres du public et les parties prenantes. La conception a continué de progresser depuis les consultations et l'équipe du projet a travaillé avec diligence pour intégrer et traiter les recommandations et les idées prônées par la communauté, dans la mesure du possible.

Bien que de nombreux commentaires exprimés lors des séances portaient sur la programmation du Musée et la conception des expositions, ces éléments seront reportés et pris en compte lors des phases ultérieures du projet, lorsque ces aspects seront adressés.

TAILLE ET PROPORTIONS DU BÂTIMENT

L'élévation du bâtiment a été réduite d'un étage et les proportions des travées de la galerie ont été affinées afin de s'intégrer davantage au contexte du bâtiment et du panorama de rue existant. Le Musée envisage une installation secondaire pour les collections et la recherche à long terme, ce qui permettrait de réduire la taille globale du bâtiment en mettant l'accent sur l'offre d'expositions et de programmes d'apprentissage au public sur l'avenue Douglas.

FORME DU BÂTIMENT

La conception du nouveau bâtiment a été développée davantage pour refléter les liens importants avec la double topographie du site, le caractère urbain à l'est et l'escarpement abrupt et luxuriant qui descend jusqu'au fleuve Saint-Jean à l'ouest. La façade orientée à l'ouest a été légèrement arquée pour refléter le paysage et la courbe du rivage, tandis que la façade à l'est incarne la nature plus urbaine de l'avenue Douglas et de la façade du musée existant.

TERRASSE SUR LE TOIT

L'enthousiasme du public et les commentaires positifs face à la possibilité d'une terrasse sur le toit avec vues imprenables ont incité l'équipe de conception à améliorer et à développer cet espace davantage. La terrasse offrira une expérience captivante aux visiteurs, avec des perspectives à l'ouest jusqu'à Marble Cove et le fleuve Saint-Jean, et à l'est du centre-ville de Saint John, du port et de la baie de Fundy.

LUMIÈRE NATURELLE ET VITRAGE

La lumière naturelle, présente dans des espaces publics contrôlés et soigneusement conçus, a été améliorée davantage grâce à l'intégration de lucarnes au-dessus de l'espace de l'atrium. L'emplacement de tous les vitrages a été conçu pour prendre en compte la protection des collections et des expositions en interne, tout en offrant la possibilité de profiter d'une vue imprenable sur le paysage naturel environnant. L'éclairage nocturne et les vitrages prévoiront également des mesures de protection contre les collisions des oiseaux, notamment l'utilisation de verre contre les collisions des oiseaux.

PASSERELLE COUVERTE

Pour la commodité et le confort des visiteurs, une passerelle couverte a été incorporée à la conception une entre le stationnement et l'entrée principale. Cet espace couvert s'étend le long de la façade est du bâtiment sur l'avenue Douglas sous la projection de la galerie au deuxième niveau.

AIRE DE DÉBARQUEMENT DES AUTOBUS ET DES VÉHICULES

Afin de faciliter l'entrée du public, et en particulier des autobus scolaires et touristiques, une nouvelle voie de débarquement a été incluse dans le plan du site.

CONCLUSION

Le programme de mobilisation du public dans le contexte du projet de Revitalisation du MNB a atteint son objectif primordial : impliquer activement les gens du Nouveau-Brunswick à l'élaboration de la nouvelle conception et de l'avenir du MNB. Dans le but de favoriser la participation communautaire, les séances ont fourni une plate-forme précieuse permettant aux résidents d'exprimer leurs opinions, assurant ainsi que leurs points de vue jouent un rôle central dans le processus décisionnel.

Les informations recueillies lors de ces engagements contribueront à éclairer les décisions essentielles du projet. Les thèmes et les priorités émergentes soulignés par les participants, allant de l'accessibilité et de la durabilité à l'engagement communautaire et à la conception réfléchie, serviront de piliers fondamentaux pour le développement continu du MNB. La richesse que représentent les contributions communautaires sera soigneusement examinée par l'équipe du projet, afin que la conception finale reflète les valeurs et les aspirations des diverses collectivités qu'elle desservira.

Le succès des séances est souligné non seulement par la forte participation à divers endroits, mais également par l'abondance de la rétroaction. La nature engagée et participative des discussions, de même que la diversité des idées et des perspectives, témoignent du succès de la stratégie de mobilisation du public. Les gens du Nouveau-Brunswick ont démontré leur intérêt pour la revitalisation de leur musée provincial, faisant preuve ainsi de leur engagement collectif à préserver le patrimoine et les valeurs de la province et de la région.

Cette approche collaborative garantit que le nouveau Musée reflète véritablement les collectivités qu'il dessert, inspirant un sentiment d'appartenance et de fierté parmi les gens du Nouveau-Brunswick. Le succès des séances va au-delà des chiffres ; il réside dans l'engagement et l'enthousiasme véritables manifestés par les participants, marquant une étape importante dans le cheminement vers un Musée du Nouveau-Brunswick revitalisé et centré sur la communauté.

A PROPOS DE DUKE CREATIVE COLLECTIVE

Ce conseil créatif et agence de marketing est basé à Saint John, Nouveau-Brunswick. Notre équipe primée collabore avec nos clients pour imaginer des marques authentiques, élaborer des campagnes stratégiques et créer des expériences mémorables qui communiquent au niveau des publics cibles. Allez à thisisduke.com pour de plus amples renseignements.



ANNEXE A

MÉTHODOLOGIE DE MOBILISATION DU PUBLIC

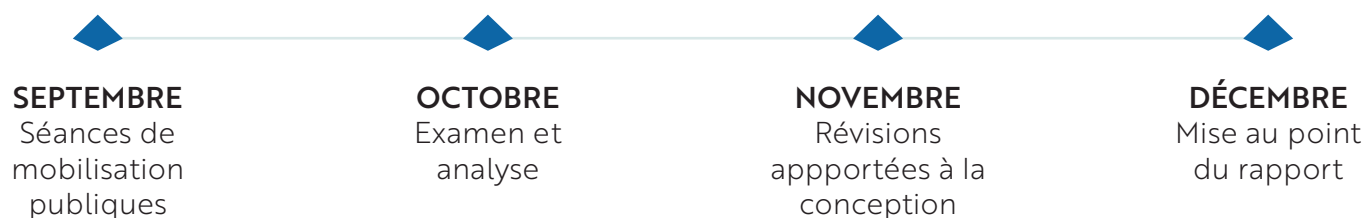
INTRODUCTION

La mobilisation du public dans le contexte du projet de Revitalisation du MNB s'est déroulée sur une période de trois semaines, du 9 au 28 septembre 2023.

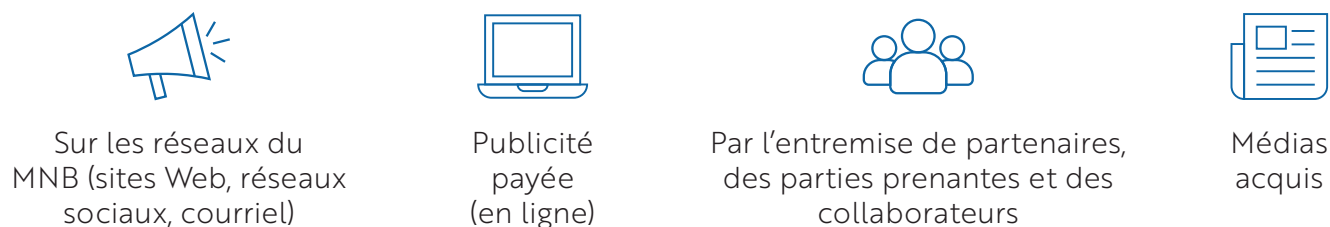
La conception du processus de mobilisation est le fruit d'un effort collaboratif du conseil d'administration et du personnel du Musée du Nouveau-Brunswick, de l'agence Duke Creative Collective et de l'équipe de Diamond Schmitt Architects.

Il a été déterminé qu'un aperçu présenté par les architectes, comprenant des exemples inspirants de projets antérieurs, suivi de questions et de réponses et d'un dialogue ouvert, générerait la rétroaction la plus utile de la part du public. Le MNB et Diamond Schmitt appliqueraient ensuite ces résultats à leur processus de conception et de planification de projet.

APERÇU DU PROCESSUS



DISTRIBUTION / PROMOTION DES INVITATIONS



POSSIBILITÉS DE MOBILISATION

- Formulaire de rétroaction sur RevitalisonsMNB.ca
- Questions des séances de mobilisation sur RevitalisonsMNB.ca
- Séances de mobilisation publiques dans 9 endroits
- Dialogue avec les parties prenantes et les chefs de file communautaires
- Séance auprès des employés du MNB
- Réunion publique Zoom à l'échelle de la province

DISTRIBUTION/PROMOTION DES INVITATIONS AUX SÉANCES

Afin d'inspirer une participation généralisée dans toute la province, des efforts importants ont été consacrés à améliorer la portée sociale et l'engagement associés aux invitations. Il fallait d'abord élaborer un récit d'engagement et un appel à l'action convaincant et établir une marque visuelle distincte spécifiquement pour le projet de Revitalisation du MNB.

Cette approche stratégique visait non seulement à générer des médias acquis, mais également à créer une effervescence au sein de la communauté en tirant parti des canaux directs et des réseaux de parties prenantes du MNB, permettant ainsi au projet de se démarquer et de créer un impact durable, grâce à des communications cohérentes et compréhensibles portant sur le projet.

Des invitations individuelles ont été créées et publiées pour chaque séance, puis diffusées dans les collectivités respectives avant chaque séance.

POSSIBILITÉS DE MOBILISATION

Le site Web RevitalisonsMNB.ca a fait ses débuts dans le cadre du lancement officiel du processus de mobilisation du public. Servant de centre d'information, RevitalisonsMNB.ca hébergeait une magnifique vidéo de drone offrant des vues captivantes du site actuel et futur du Musée du Nouveau-Brunswick, y compris des vues imprenables sur Marble Cove.

Le site a joué un rôle central dans la diffusion d'informations sur le projet de Revitalisation du MNB, en jetant les bases du processus de mobilisation en fournissant une fonction RSVP, en facilitant les communications transparentes et ouvertes grâce à des formulaires à remplir, et en garantissant que les parties prenantes restent informées des possibilités d'engagement.

Sachant que le Musée s'adresse à tous les gens du Nouveau-Brunswick, il était important de faciliter la participation. Un mélange de tactiques directes et en ligne a été utilisé et de multiples possibilités de participation ont été offertes afin de répondre à différents niveaux de connaissances et d'intérêt par rapport au projet de Revitalisation du MNB.

Le processus de mobilisation visait à favoriser un sentiment d'appartenance et de collaboration, en veillant à ce que les diverses perspectives de toutes les gens du Nouveau-Brunswick fassent partie intégrante de l'élaboration de la vision et des objectifs en matière de conception.



TENTATIVES DE COMMUNICATION ET INVITATIONS

Le MNB et Duke Creative Collective ont cherché à tirer parti de tous les canaux disponibles pour faire connaître et comprendre le programme de consultation publique et inviter à la participation. Des ressources de contenu sur mesure ont été créées pour soutenir cet effort.



Canaux propres et réseaux exploités:

- Experts en la matière du MNB
- RevitalisonsMNB.ca / RevitalisonsMNB.com
- NBM-MNB.ca
- Twitter : @NBM-MNB
- Facebook : Musée du Nouveau-Brunswick - Musée du Nouveau-Brunswick
- Instagram : nbm_mnb
- L'infolettre du MNB
- Communications du conseil d'administration du MNB et du chef de l'exploitation du MNB
- Répertoire des parties prenantes

Les médias sociaux se sont avérés un moyen utile de renforcer la sensibilisation et la mobilisation, tel qu'illustré par l'aperçu suivant de Facebook/Instagram.

APERÇU DES RÉSULTATS SUR FACEBOOK/INSTAGRAM

- Hausse des clics sur les liens du MNB de 9 800 % sur Facebook et de 100 % sur Instagram
- Portée totale : 160,7 K
- Hausse des interactions et des conversations pendant la période de mobilisation du public
- Le ton des conversations sur les réseaux sociaux était généralement neutre, axé sur le partage d'informations et la mobilisation

Highest reach on a post ⓘ



This post's reach (18,395) is **1,902%** higher than your median post reach (919) on Facebook.

Highest reactions on a post ⓘ



This post received **1,615%** more reactions (343 reactions) than your median post (20 reactions) on Facebook.

Highest comments on a post ⓘ



This post received **6,000%** more comments (61 comments) than your median post (1 comment) on Facebook.

APERÇU DU PROJET DE REVITALISATION DU MNB

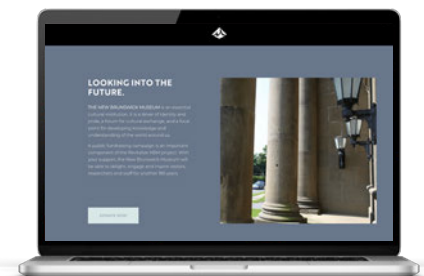
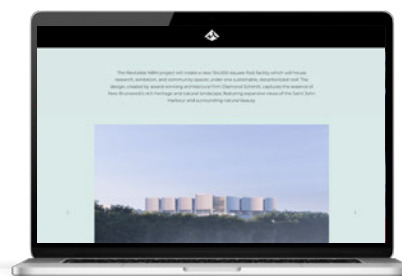
[Le site Web du projet de Revitalisation du MNB](#) a joué un rôle central en renseignant et en mobilisant les gens du Nouveau-Brunswick tout au long du processus de consultation publique et de l'intégralité du projet, servant de plaque tournante centralisée pour les mises à jour du projet, les annonces, les événements de mobilisation du public et les fonctionnalités interactives.

En favorisant la transparence et l'accessibilité, le site Web assure que les gens du Nouveau-Brunswick restent bien informés sur l'initiative du MNB, leur permettant ainsi de partager leurs idées et de rester branchés aux développements transformateurs qui façonnent leur paysage culturel. Le site Web du projet de Revitalisation du MNB sert de pont numérique, reliant l'équipe du projet à la communauté et reflétant leur engagement envers un processus inclusif et collaboratif.

Septembre 2023

- 4,4K pages vues
- 364 envois de formulaires
- 4 min + passées sur la page : démontre un engagement très élevé de la part des visiteurs*

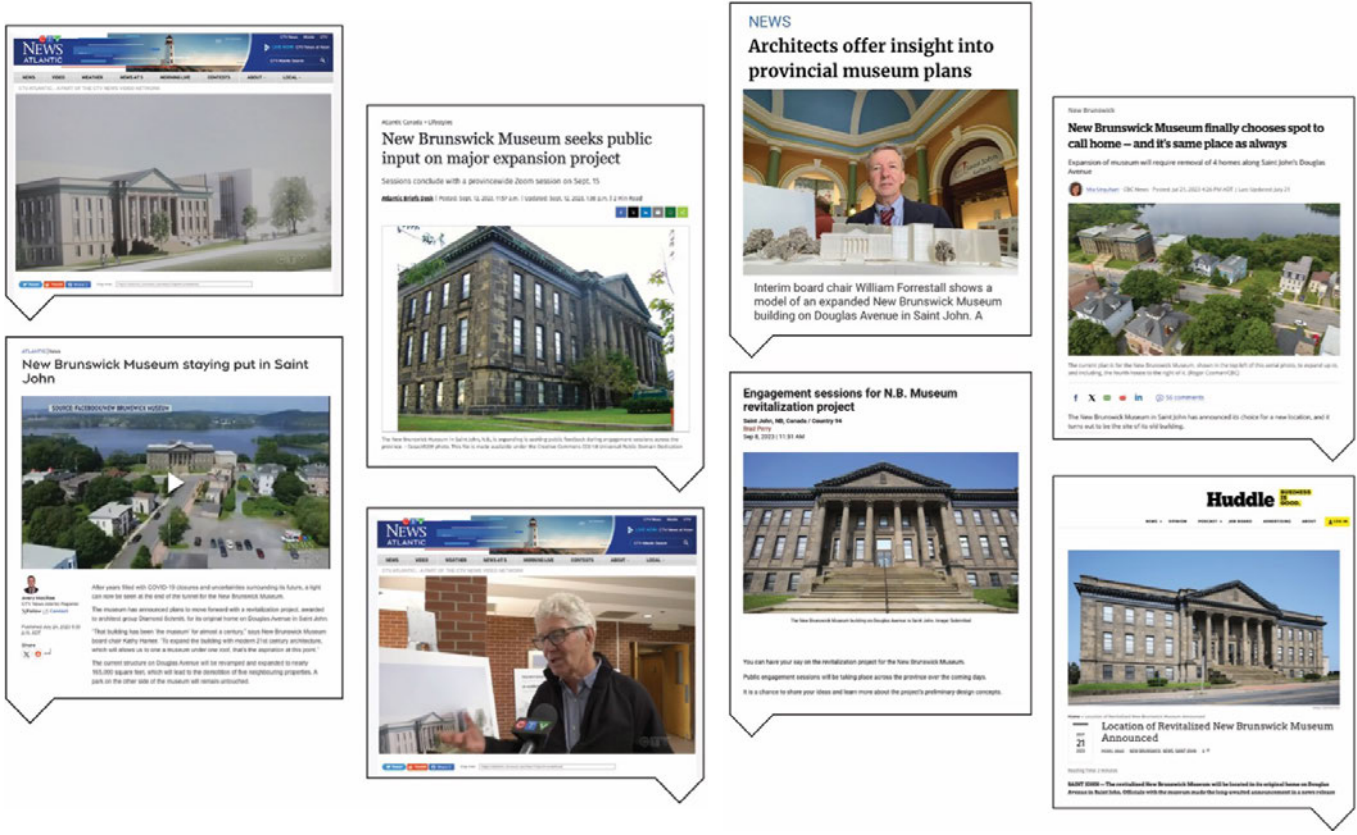
* Selon une étude, le temps moyen qu'un visiteur passe sur une page Web est de 52 secondes en moyenne dans tous les secteurs.



MÉDIAS ACQUIS

Les médias acquis se rapportent aux impressions du public obtenues par le biais des médias et les blogs.

La couverture médiatique traditionnelle a permis de toucher un public important, en fournissant des renseignements sur le projet de Revitalisation du MNB et le processus de mobilisation du public. Plus de 10 articles connexes dans les médias imprimés, audiovisuels et en ligne ont été publiés dans toute la province au cours de la période de mobilisation.



PUBLICITÉ PAYÉE

Un investissement ciblé et stratégique dans la publicité payée représente un élément crucial de l’initiative de Revitalisation du MNB. En favorisant la sensibilisation et la participation dans le cadre de la mobilisation du public, les séances ont contribué à un éventail plus complet et inclusif d’idées provenant d’une vaste gamme de parties prenantes.

Par le biais d’un achat média ciblé sur les plateformes sociales, l’objectif de la campagne était d’amplifier la portée, en veillant à ce que les messages clés et les invitations aux séances de mobilisation du public dans chaque communauté soient efficacement diffusées à un public plus large, atteignant des personnes qui n’auraient autrement pas été au courant de l’initiative.

Septembre 2023

- Portée : 160 000 +
- Impressions : 20 000 +
- Hausse de 322 % des visites des profils Facebook

INVITATION ET SENSIBILISATION

Résumé des efforts d'invitation et de sensibilisation et de leur portée.

Médias sociaux:

400K+
IMPRESSIONS

Médias acquis:

130K
IMPRESSIONS

L'infolettre du MNB

1400
ENVOIS

Site Web RevitalisonsMNB:

4.7K
PAGES VUES

TAUX
D'OUVERTURE DE
87%

