

Les économusées Du prototype au réseau

Claude Dubé

Numéro 65, été 1995

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/17260ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (imprimé)

1923-2543 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Dubé, C. (1995). Les économusées : du prototype au réseau. *Continuité*, (65), 50–51.

Les économusées : du prototype au réseau



Économusée du miel,
Château-Richer.

PAR CLAUDE DUBÉ

Créée en 1992, la Fondation des économusées du Québec a pour mission de favoriser l'implantation d'un réseau d'économusées à travers le terroire québécois. Ces établissements sont détenus et gérés par des sociétés privées ou des organismes sans but lucratif qui partagent les trois objectifs fondamentaux suivants :

1. Promouvoir un patrimoine « qui gagne sa vie »

Le premier objectif est strictement financier : atteindre l'autofinancement complet des opérations, tant commerciales que culturelles. À cette fin, les concepteurs devront chercher à développer de nouveaux produits, à les commercialiser et à accéder au niveau de rentabilité avant d'entreprendre l'étape

suivante : l'implantation du secteur musée. Ils devront concevoir l'ensemble selon les moyens financiers issus de leur propre capacité financière, cette obligation entraînant, en général, beaucoup de modération dans l'élaboration du programme architectural et constituant une mise en garde contre « la folie des grandeurs ». C'est donc tout le processus traditionnel d'implantation qui est repensé. La Fondation s'adressant en priorité aux ateliers encore « en vie », les réflexes de survie sont, pour la plupart, déjà acquis.

2. Conserver le meilleur de la tradition

Le deuxième objectif, d'ordre qualitatif, est le renouvellement de la production dans une perspective de conservation de ce que la tradition offre de meilleur.

La production doit satisfaire les besoins actuels des clients à la recherche d'un produit haut de gamme et répondre aux normes internationales. Bien plus, cette recherche de qualité s'élargit au contexte environnemental, c'est-à-dire à l'architecture et à l'aménagement. La qualité de vie, la protection de l'environnement, l'échelle humaine, la spécificité régionale, telles sont les valeurs recherchées par une équipe pluridisciplinaire qui garantit, dès le départ, la complémentarité des fonctions et leur juste équilibre dans le projet.

3. Développer le tourisme culturel et scientifique

Enfin, le troisième objectif est de répondre au développement du tourisme culturel et scientifique de la région, en diffusant

le produit sur les bases d'une muséologie renouvelée. Ainsi, la mise en valeur du patrimoine bâti et la préservation des spécificités régionales seront mieux assurées. La formule muséologique a d'ailleurs ceci de particulier qu'elle prévoit la mise en place d'un centre d'interprétation de la production locale où

Économusée du verre, Place Royale,
Québec.



le visiteur se familiarise avec les techniques d'appoint tout en étant en mesure de comparer le produit traditionnel avec celui qui lui est offert, les œuvres étant choisies pour leur capacité à stimuler l'imagination et la créativité des visiteurs comme des artisans eux-mêmes. En somme, on privilégie une interprétation par le biais des activités de production, des contacts directs avec les producteurs. Le meilleur garant de la qualité du produit, c'est l'achat par le client.

Un prototype efficace

La Papeterie Saint-Gilles, entreprise de fabrication artisanale de papier de qualité fondée en 1965 par Félix-Antoine Savard et Mark Donohue, aurait pu fermer ses portes en 1984 pour des raisons financières. Elle a cependant servi de laboratoire pour la mise en application du concept d'économuséologie. Plusieurs études en ethnologie et en architecture menées à l'Université Laval ont permis à l'époque de vérifier différentes hypothèses, ce qui a conduit à la transformation de l'entreprise en économusée en 1988 et à l'atteinte de la rentabilité dès l'année suivante.

Preuve a alors été faite que le concept pouvait être générateur d'emplois stables et qu'il constituait un terrain favorable à l'émergence d'un type de gestion commerciale porteur de nouvelles traditions. La Papeterie Saint-Gilles et son concept d'économuséologie se sont vu décerner le Grand Prix national de l'innovation touristique du Québec en 1989.

La période de structuration et de développement

La Fondation a vraiment pris son envol en janvier 1994 avec la constitution d'une équipe dont le mandat était de lui donner une structure et des outils pour développer un réseau de 30 économusées.

Aux compétences de première heure (en ethnologie, histoire, patrimoine, architecture...) sont venus s'ajouter des spécialistes dans les domaines suivants : l'aménagement du territoire, le développement régional, la gestion des affaires, les communications et le marketing. Bien que promouvoir un réseau fasse partie de la mission de la Fondation, c'est davantage l'image d'entreprises intéressantes quoique isolées que véhiculait cette dernière. Il restait donc à lier ces entités par une série d'activités qui allaient permettre de constituer un véritable réseau.

Ces liens prennent notamment la forme d'un dépliant promotionnel



commun distribué en kiosque et d'un programme de communication dont l'un des objectifs est « d'allonger » la saison touristique à l'automne. Ces deux actions sont amorcées dès cet été.



Un programme de maillage entre économusées est aussi lancé. Ainsi, la production d'un économusée contribue à mettre en valeur la production d'un autre économusée. Par exemple, des contenants de verre soufflé de l'économusée du verre (la Verrerie La Mailloche à Place Royale à Québec) seront créés expressément pour l'économusée de la prune (la Maison de la Prune) à Saint-André de Kamouraska. Ce nouveau produit s'ajoutera à ceux déjà en vente à ce dernier économusée. Cet exemple illustre bien la recherche constante de nouveaux produits de qualité qu'entend poursuivre la Fondation avec les économusées du réseau.

La transformation d'entreprises en économusées étant déjà bien amorcée dans la

Économusée de la prune, Saint-André-de-Kamouraska.

de s'attaquer à celui de Montréal. Dès cet été, le réseau devrait être constitué d'une dizaine d'économusées et on prévoit qu'il s'en ajoutera environ cinq autres dans les prochaines années.

Adresses des économusées cités

Papeterie Saint-Gilles
(Économusée du papier)
304, Félix-Antoine-Savard
Saint-Joseph-de-la-Rive
(Québec)
GOA 3Y0
Tél. : (418) 635-2430

Verrerie La Mailloche
(Économusée du verre)
58, rue Sous-le-Fort
Québec
(Québec)
G1K 3G8
Tél. : (418) 694-0445

La Maison de la Prune
(Économusée de la prune)
129, Route 132 Est
Saint-André de Kamouraska
(Québec)
GOL 2H0
Tél. : (418) 493-2616

Le Musée de l'abeille
(Économusée du miel)
8862, boul. Sainte-Anne
Château-Richer (Québec)
GOA 1N0
Tél. : (418) 824-4411

Économusée du papier, Saint-Joseph-de-la-Rive.

grande région de Québec, la Fondation a décidé de consolider en priorité le réseau de cette région avant