

Le réseau des écomusées en expansion

Hélène Deslauriers

Numéro 70, automne 1996

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/17174ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (imprimé)

1923-2543 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Deslauriers, H. (1996). Le réseau des écomusées en expansion. *Continuité*, (70), 37–39.

Le réseau des économusées en expansion

Bien qu'il soit jeune, le réseau des économusées connaît déjà un succès certain. Aussi, pour ancrer ce succès dans la prospérité et assurer un développement heureux du réseau, la Fondation des économusées du Québec s'est donné des outils.

PAR HÉLÈNE DESLAURIERS

Il y a à peine 18 mois, la Fondation des économusées du Québec signait ses premières conventions avec des entreprises. Neuf économusées entreprenaient donc cette aventure visant à préserver ou à mettre en valeur des savoir-faire traditionnels.

Sur la base de ces expériences et avant de poursuivre le développement du réseau, il s'avérait essentiel d'analyser les résultats obtenus, d'évaluer l'approche et de lui apporter les améliorations nécessaires. Ce qui a été fait

au cours des derniers mois avec la collaboration des membres du réseau.

Que l'on en juge par les commentaires des visiteurs lors de sondages ou à la suite de leur visite, par la réponse des médias ou tout simplement par l'appréciation des producteurs ou artisans, les résultats dépassent les attentes. La plupart des entreprises confirment la progression de l'achalandage et des ventes depuis leur entrée dans le réseau.

Tout n'est pas parfait bien sûr et dans chacun de ces économusées pilotes, on travaille à améliorer ici les produits, ailleurs le service à la clientèle ou encore les moyens d'interprétation.

L'exercice d'évaluation a cependant permis de mieux comprendre les conditions de succès d'un projet d'économusée et, du coup, de préciser les critères de sélection et de raffiner l'approche en interprétation.

L'économusée : une définition plus précise

Parmi les enseignements de cet exercice, une leçon paraît importante : les économusées, pour se démarquer des autres équipements culturels et offrir un produit différent et unique, doivent miser sur certains éléments forts du concept. Ainsi, les gens qui fréquentent les économusées ont le plaisir de visiter un atelier de production basé sur un savoir-faire traditionnel, d'établir un contact privilégié avec l'artisan ou le producteur, profitent d'une occasion unique d'acquérir des connaissances intéressantes et enrichissantes et peuvent acheter des produits de qualité faits au Québec.

L'économusée se définit donc ainsi : c'est une entreprise privée qui utilise pour sa production une technique ou un savoir-faire traditionnel ; elle met en valeur

ce savoir-faire et les artisans qui le maîtrisent en ouvrant ses portes au public ; elle est dotée d'un lieu d'animation et d'interprétation de la production.

L'économusée n'est donc pas un musée, mais un atelier de production et une entreprise rentable dont le rôle premier consiste à fabriquer et à vendre des produits tout en ouvrant ses portes aux visiteurs. La visite d'un économusée, bien que l'établissement soit un équipement culturel et touristique, s'apparente davantage à la visite d'une installation industrielle qu'à celle d'un centre d'interprétation.

Une telle définition nécessite la mise en place de critères de sélection bien définis concernant la viabilité de l'entreprise, la pertinence des savoir-faire dans la tradition québécoise et la capacité des entrepreneurs à recevoir le public. Ainsi, l'entreprise doit exister depuis au moins un an et avoir un chiffre d'affaires annuel de plus de 50 000 \$. Une étude de faisabilité et, dans certains cas, une étude de marché permettent de vérifier la rentabilité du projet.

*Produits dérivés de la pomme,
de la Cidrerie du verger
Gaston, économusée de la
pomme à
Mont-Saint-Hilaire
Photo : FEQ*



Les lieux doivent aussi répondre aux exigences qu'entraîne l'ouverture au public. Il faut s'assurer de plus que les producteurs ou artisans comprennent et acceptent les contraintes que représente la circulation de visiteurs autour ou dans leur atelier.

Enfin, certains savoir-faire ont été développés un peu partout sans distinction alors que d'autres sont liés à l'histoire d'une région. Ces aspects sont pris en compte dans la sélection.

Un mécanisme de sélection

La mise en place de critères de sélection ne résout pas tous les problèmes. Comment en effet s'assurer de la pertinence du choix des entreprises et comment répartir les projets dans les régions ? Pour répondre à ces questions, il fallait se doter d'un processus qui permette d'identifier les savoir-faire à mettre en valeur et les entreprises les plus aptes à le faire. Une

liste d'une centaine de métiers et de techniques a donc été élaborée à partir de laquelle l'équipe de la Fondation pourra établir l'ordre de priorité des futurs projets.

Afin d'identifier les entreprises pertinentes, une campagne de consultation sera menée cet automne dans toutes les régions du Québec et mettra à profit les municipalités, les divers organismes de développement économique ou touristique, les conseils de la culture et différents ministères.

Le développement du réseau

La formule connaît actuellement un succès certain et suscite beaucoup d'intérêt, tant auprès des intervenants en tourisme que des médias et du monde culturel. Les résultats à long terme reposent cependant sur la performance des entreprises et sur l'établissement judicieux de circuits. Le choix des entreprises doit donc se

faire de façon à établir ou à consolider des circuits routiers permettant au visiteur de voir plusieurs économusées au cours d'un même déplacement.

C'est d'ailleurs pourquoi les premiers économusées se retrouvent soit en concentration (Charlevoix, Québec), soit en alignement le long d'une route touristique (le Manoir de l'accordéon à Montmagny, la Maison de la prune à Saint-André-de-Kamouraska).

Depuis le mois de mars, six nouvelles entreprises ont rejoint le réseau. Elles recevront leur accréditation cet automne et permettront de consolider des circuits existants. Sur le circuit de la Rive-Sud, à Lévis (secteur Lauzon), l'Enseignerie présentera au visiteur les techniques de fabrication d'enseignes sculptées et de dorure utilisées au Québec dès le XVIII^e siècle.

À Saint-Jean-Port-Joli, les Bateaux Leclerc enr. deviendront l'économusée des bateaux miniatures et mettront en valeur l'œuvre d'Eugène Leclerc dont les bateaux miniatures ont une renommée internationale. L'entreprise, appartenant aux petits-enfants Leclerc, vend une grande partie de sa production aux États-Unis.

L'ouverture de l'économusée du cuir à Victoriaville viendra renforcer le circuit des Bois-Francs (où l'on trouve déjà l'économusée du bronze à Inverness). Cette entreprise de maroquinerie et de cordonnerie sera l'occasion de belles découvertes, notamment sur le travail des peaux.

À Québec, au cœur du quartier Limoilou, les gens



Intérieur de la Maison de la prune, Saint-André-de-Kamouraska, économusée de la prune.

Photo : FEQ

pourront découvrir chez les Artisans du vitrail l'histoire de cet art très ancien ; ils pourront en même temps apprécier l'adaptation de cette technique aux besoins actuels. Entre Québec et Charlevoix, sur l'île d'Orléans, la Forge à Pique-Assaut offrira une initiation très enrichissante au métier complexe et fascinant du forgeron. Enfin, première incursion vers Montréal, la Cidrerie du verger Gaston, à Mont-Saint-Hilaire, sera l'occasion de découvrir tous les secrets de la production du cidre.

Ces entreprises se sont transformées au cours des derniers mois et devraient achever leur installation au cours de l'automne. Dès octobre, huit nouveaux projets seront sélectionnés afin d'offrir au public un réseau de 23 économusées pour la saison touristique de 1997.

Le développement du réseau des économusées prouve une fois de plus que la préservation et la valorisation de notre patrimoine peuvent être synonymes de développement économique. Mais, surtout, les économusées fournissent aux visiteurs l'occasion de rencontrer des artisans animés de l'amour de leur métier et du plaisir de le partager.



L'économusée du vitrail au cœur du quartier Limoilou, à Québec.

Photo : FEQ