

La mise en valeur muséologique et touristique du village d'Hébertville

Une approche muséale nouvelle pour une galerie d'art ouverte

Jean-Claude Jay-Rayon and Brigitte Morneau

Volume 11, Number 2, July 1992

Quand les musées s'ouvrent au tourisme...

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1078090ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1078090ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Jay-Rayon, J.-C. & Morneau, B. (1992). La mise en valeur muséologique et touristique du village d'Hébertville : une approche muséale nouvelle pour une galerie d'art ouverte. *Téoros*, 11(2), 34-38. <https://doi.org/10.7202/1078090ar>

La mise en valeur muséologique et touristique du village d'Hébertville

Une approche muséale nouvelle pour une galerie d'art ouverte
Jean-Claude Jay-Rayon, en collaboration avec Brigitte Morneau*

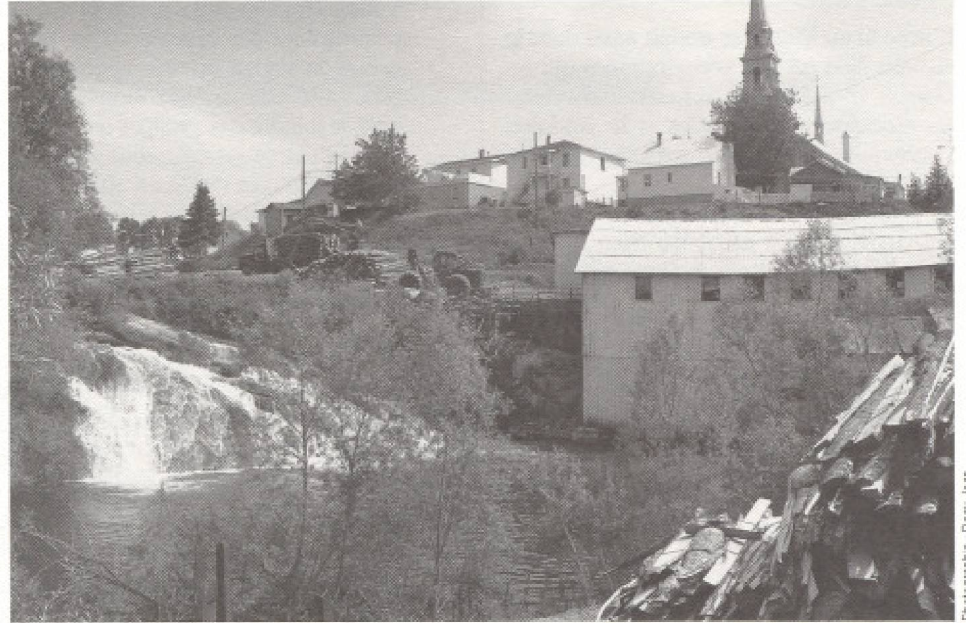


Photo no 1 : "Hébertville" Québec (1992), l'église, le moulin à bois et les cascades de la rivière des Aulnaies. Rares sont les villages comme Hébertville où l'on retrouve une telle densité d'éléments patrimoniaux réunis dans un si petit espace symbolique.

Le village d'Hébertville, situé à l'entrée du lac Pikouagami - lac plat - communément appelé Lac Saint-Jean - pourrait rapidement devenir, en réalisant son projet muséal original, une excursion recherchée par la clientèle touristique de la ville de Québec. Principale porte de la région et située le long de la route 169, cette municipalité bénéficie déjà d'une circulation touristique *proxémique* de 25 000 personnes⁽¹⁾.

Ainsi, cette petite agglomération de 2500 personnes environ a l'intention de construire un type de développement local à la fois muséal et touristique d'un tout nouveau genre. Son idée étant de représenter des faits et gestes reliés à son passé sur de grandes murales peintes et de placer ces dernières sur certains murs, de façon à constituer un circuit patrimonial digne d'intérêt.

Une telle mise en valeur à la fois culturelle, touristique et économique n'ayant pas encore été réalisée au Québec, le projet se situe à l'avant-garde, parce qu'il veut faire ressortir l'identité du village par une galerie d'art populaire, ouverte comme une fenêtre sur le *patrimoine vivant* ancestral.

Quant au succès escompté au plan de la rentabilité et du tourisme, ce dernier fait peu de doute si on le compare à des réalisations similaires déjà en fonction au Canada ou en Europe.

Hébertville... paroisse fondatrice - carrefour authentique et symbolique facile à sacraliser⁽²⁾

Le village d'Hébertville nommé ainsi en l'honneur du curé Nicolas Tolentin Hébert, fut fondé en 1849 - 202 ans après que le Père Jean Dequen, en 1647, fut lui-même passé à cet endroit en allant porter religion et secours à des amérindiens malades.

Ce site a donc été retenu parce qu'il représente à la fois un *gisement* et une *sorte de clé environnementale*⁽³⁾ qui contrôle 21% de la circulation touristique de la région concernée. Il est ainsi stratégiquement bien situé au sein de l'histoire et de la géographie régionale, pouvant devenir un symbole fort, tout en conservant son authenticité. Ce que le touriste exige de plus en plus!

* Monsieur Jean-Claude Jay-Rayon est géo-aménagiste et concepteur, chargé de cours à la maîtrise ATDR de l'Université Laval. Madame Brigitte Morneau est éducatrice, récréologue, associée de la firme Ecart-Tangram de Lévis.

En réalité, il ne s'agit pas d'une paroisse-mère quelconque, mais d'un endroit de transition significatif sur la route des fourrures, d'un haut lieu de mission et de colonisation, de défricheurs, de cultivateurs, de petites industries, de marchés et commerces. Le tout, contenu dans un espace relativement restreint, apte à générer un produit culturel et touristique à haute densité. (voir photo no 1)

Ce dernier élément est majeur car le touriste exige, lors de ses voyages, d'obtenir un maximum de produits culturels et naturels dans un minimum d'espace et de temps. Efficacité oblige! En érigeant donc, au centre même du village - dans le carré patrimonial - une vingtaine de murales évocatrices du passé, le produit ainsi élaboré sera intéressant et acquerra des capacités de rentabilité, parce que concentré en un seul endroit.

Il en serait par contre tout autrement si l'on pratiquait un type d'écomuséologie dispersée et si l'on exigeait du touriste qu'il sillonne toute la région pour obtenir le même résultat!

Le coeur du projet muséal... une galerie d'art populaire, facile de lecture et d'accès

Une certaine expérience dans la mise en valeur touristique du patrimoine maritime, agricole, industriel ou *primitif* au cours des cinq dernières années, nous permet, du moins en ce qui concerne les régions ressources, de dégager une constante majeure. Les gens - qu'il s'agisse de visiteurs ou de visités, réagissent positivement et s'impliquent facilement à partir de certaines représentations culturelles. Mais, pas à partir de toutes, ou de n'importe lesquelles et c'est ce qu'il est important de bien saisir!

Les gens se perçoivent très concernés lorsque l'on fait référence au passé réel des aïeux et en particulier à leur manière de vivre et donc... *d'avoir été!* Le tout appuyé par des anecdotes, d'anciennes photos, dessins, légendes... qui relatent des gestes coutumiers ou des événements tels que les noces, les processions, les marchés, la première voiture dans la rue, les fenaisons et moissons, les incendies, etc.

En un certain sens, nous devons comprendre que les cultures locales sont enracinées dans une *terre concrète* où l'imaginaire est presque toujours figuratif et naïf⁽⁶⁾, quoique souvent enjolivé. À l'opposé, le touriste, lui, souhaite de préférence aborder ces mêmes

localités dans une recherche du *passé-présent*. Il y a donc ainsi quelque part, un point de rencontre souhaitable qu'il s'agit de concrétiser avec justesse et qualité et ce, en favorisant une approche qui se réfère surtout à *l'écologie humaine*.

Dans le cas d'Hébertville, quatre périodes ont été retenues pour être picturalement réalisées:

- avant 1849 vers 1647 ... pour ce qui concerne les tableaux retraçant la vie amérindienne, celles des coureurs des bois, des missionnaires et des commerçants de fourrures;
- 1849 ... pour les tableaux relatant la fondation et la construction du village ainsi que le défrichage;
- 1850-60 et plus ... pour les scènes bucoliques rattachées à la vie agricole, familiale et religieuse de la fin du XIX^e siècle;
- 1870-1900 et plus ... pour les macro-peintures se rapportant aux moulins à farine et à bois, aux marchés et commerces généraux, ainsi qu'à la pratique professionnelle de la petite bourgeoisie naissante.

Enfin, si le projet muséal a été orienté de cette façon par le maître d'oeuvre et le concepteur, c'est que, comme le précisent Marc Laplante et Louise Trotter, «... le touriste est très friand d'histoire, du passé, des origines, des fondations [...] les vieilles choses lui paraissent plus authentiques»⁽⁵⁾.

Éléments référentiels... en vue d'une meilleure compréhension

Quoique tout le projet ait été conçu pour créer une attraction unique au niveau local et régional, ce dernier repose sur une série de principes fondamentaux encore peu utilisés en aménagement touristique. Et comme ceux-ci ne se réfèrent qu'indirectement à la sociologie, il est nécessaire de mentionner qu'ils originent principalement de l'éthologie humaine⁽⁶⁾, de la *proxémique*⁽⁷⁾, de l'écologie humaine, de la perception du mouvement, des formes, textures, couleurs, etc. En tout, le projet d'Hébertville a nécessité l'utilisation d'environ 500 facteurs référentiels déterminants.

Par exemple, le choix de représenter le passé humain du village sur des peintures monumentales extérieures est basé sur le principe que la personne retiendrait instantanément dans n'importe quel environnement ce qui est le plus volumineux, inusité et... anthropomorphique.

Ce qui est *macro* serait alors décodé comme *naturellement* plus performant au-delà du champ conscient des visiteurs et aussi des visités. Dans le cas d'Hébertville, le passé humain invisible, parce que mort et disparu, se verra donc maximisé et concrètement agrandi. Il reprendra forme comme *patrimoine vivant* surdimensionné et constituera alors un attrait épique que le touriste ne pourra perceptuellement esquiver.

Comme on le constate, il ne suffit plus d'avoir un passé contenu dans les livres ou sur des photos jaunies pour que celui-ci capte l'attention du touriste et en conséquence fasse d'un lieu, une destination. Il s'agit dorénavant d'ajouter une valeur: celle du grandiose! Il en est de même de la réfection isolée d'un édifice patrimonial, ou encore, de la dispersion du patrimoine immobilier dans une région: l'une et l'autre seront peu efficaces au plan touristique parce qu'éparpillées dans un espace trop grand.

Un deuxième exemple permettra de saisir encore davantage la démarche sous-jacente. Il a été prévu, pour que le touriste puisse mieux vivre le passé, que l'on aménage au sein même des peintures, des éléments en *trompe-l'oeil*. Cette technique ayant pour but de créer des images et des leurres dont il est difficile pour le cerveau de discerner le vrai du faux. Ainsi, on envisagera de faire *entrer* le visiteur dans l'histoire par l'illusion d'optique tout en l'amusant sensoriellement.

Lors de nos observations directes, nous avons d'ailleurs pu nous rendre compte que des peintures figurant des scènes d'antan étaient à ce point *performantes* qu'elles amenaient le touriste à... jouer avec le contenu de l'image. D'où la force évocatrice de cette approche interactive par rapport à une autre!

Enfin, à tout cela s'ajoutera l'utilisation des formes arrondies pour les paysages et les personnages, des couleurs vives pour les vêtements, des attitudes, un climat paisible concernant les scènes bucoliques, etc. Le tout créant un décor capable de susciter des émotions précises.

Problématiques et contraintes... passées et à venir!

Dans l'ensemble, le projet a franchi avec succès, en deux ans, les principales étapes d'un démarrage réussi, soit: l'acceptation du milieu, par résolutions, de privilégier ce type particulier de mise en valeur patrimoniale, une étude conceptuelle⁽⁸⁾ et commerciale⁽⁹⁾, un plan de formation de 600 heures⁽¹⁰⁾ et la mise sur pied d'une agence réceptive⁽¹¹⁾.

Malgré tout, ces réalisations ne peuvent escamoter certains problèmes réels qu'il s'agira de résoudre au fur et à mesure. Une problématique qui, à bien des égards, est similaire à celle qui touche le monde municipal en cette période de difficile transition et de mutation du développement régional. C'est pourquoi nous croyons utile de nous y attarder un peu!

Le village d'Hébertville, comme bien d'autres avec lui un peu partout, avait mis depuis une quinzaine d'années sur une démarche de loisir subventionné de type plein-air et socio-culturel, régional, la confondant, involontairement sans doute, avec un tourisme industriel et international. Le bilan chiffré de ces choix est à notre avis éclairant!

La municipalité a géré une dépense d'environ 87 000 \$ en études pour des recherches d'idées et de rentabilité. Elle a emprunté 600 000 \$ à sa caisse populaire et fait investir 225 sociétaires privés pour 225 000 \$. Elle a aussi reçu 300 000 \$ en publicité et a été subventionnée pour 1,9 million \$ et 273 000 \$ en 1991. Elle a aussi investi elle-même sur cinq ans, 983 000 \$⁽¹²⁾.

Tout ceci (le centre de ski, le théâtre d'été, l'érablière, etc., la venue du *Cirque du tonnerre*, qui devait en principe créer un événement rentable), a abouti à des déficits de 40 000 \$ en 1990, de 260 000 \$ en 1991 et de 160 000 \$ en 1992!

Une telle situation, dans certaines petites localités, n'est pas rare de nos jours et elle pose, au-delà d'un bilan seulement déficitaire, le problème de l'épuisement des investissements régionaux et de la nécessité, dorénavant, de faire des choix qui généreront des profits et des emplois directs. C'est dans ce contexte que le projet muséal d'Hébertville se situe actuellement, devant recréer une confiance et trouver les 300 000 \$ nécessaires à l'érection des murales.



Photo no 2 : " LITTLE HELPER" (1989), par Dan Sawatzky, Chemainus, C.B.

Cette murale imposante de 40' X 18' met l'emphase symbolique sur une certaine période agraire et le mode de vie qui en découlait au temps des moissons. L'ambiance du décor est ici particulièrement bucolique et la continuité filiale bien marquée.

Le deuxième constat est d'ordre spatial et concerne la qualité de l'environnement urbain. En investissant à plus de 10 kilomètres dans le centre de plein-air, on a en quelque sorte, *abandonné* temporairement le carré patrimonial et la rivière des Aulnaies dans le village même. Exactement là où les touristes et les visités souhaitent le plus se rencontrer!

Il s'agit donc maintenant tout à la fois de dépolluer le cours d'eau, de nettoyer ses berges et de remettre en valeur le patrimoine immobilier. En d'autres termes, il s'agit de recentrer le développement, d'améliorer la qualité de vie des habitants et de créer l'attraction culturelle dominante (les murales) pour les visiteurs.

La troisième contrainte détectée, elle, se situe à un niveau plus subtil mais combien souvent présente quand il s'agit d'innover! Elle relève, à la fois, d'une certaine orthodoxie en matière culturelle, des goûts personnels, voire d'une certaine idéologie et elle interpelle directement la création artistique et la liberté d'expression qui doit l'entourer.

En ce sens, la nouvelle politique en matière culturelle précise que, «l'État n'a pas à faire de choix entre les différentes tendances artistiques [...]. Par ailleurs, les conditions rattachées à l'octroi du soutien, qu'il soit technique ou financier, doivent être exemptes de toute ingérence»⁽¹³⁾.

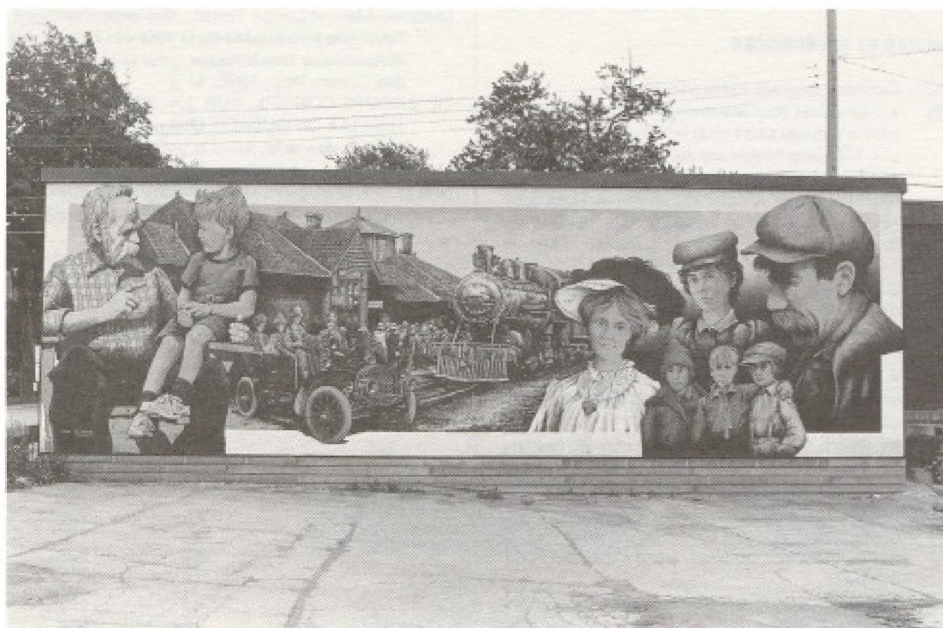
Cette toute récente garantie gouvernementale est d'autant plus importante pour le village d'Hébertville que l'originalité de la démarche muséale, pourtant fondée sur des critères universels, semble déjà souffrir d'un manque de compréhension et d'ouverture. Ainsi, sans doute, en est-il du sort réservé aux projets qui se situent hors des normes. Phénomènes courants soit, mais qu'il faudra un jour surpasser si certaines régions souhaitent parfaire une identité culturelle et atteindre une capacité de mise en marché touristique d'envergure.

Prospectives... sur un fond de réflexion concrète

Que l'on en soit peu ou pas convaincu, les inventaires patrimoniaux complets de chaque ville et village du Québec, sans mise en valeur touristique spectaculaire, n'aboutiront au mieux qu'à augmenter la masse d'information disponible, sans pour autant susciter l'intérêt général d'une clientèle en vacances.

À cela s'ajoute que le fait de bâtir partout des circuits patrimoniaux similaires et parfois intellectuellement fastidieux d'accès, risque peu d'influencer en profondeur l'industrie culturelle et touristique associées.

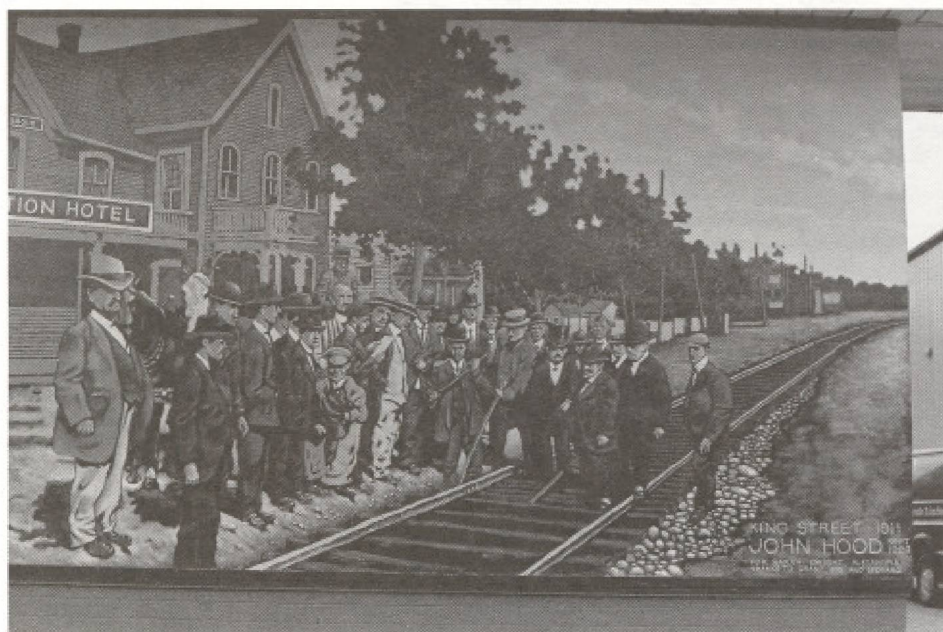
C'est ce que le village d'Hébertville a tenté d'éviter en créant un produit unique, parce que monumental, qui devra être capable «...



Photographie Mornau, Brigitte

Photo no 3 : "TELL ME ABOUT THE OLDEN DAYS" (1988), par Dan Sawatzky, Chemainus, C.B..

Cette murale composée qui mesure 50' X 20' a été peinte en encourageant des enfants de l'endroit à participer à sa réalisation et ce, de façon à créer un lien concret entre le touriste, le visité et le produit touristique.



Photographie Mornau, Brigitte

Photo no 4 : "THREE HISTORICAL SCENES" (1988), par John Hood, Welland, Ontario.

Cette murale complexe de 42 X 7' est en fait un tryptique qui représente en trois volets la vie socio-économique aux alentours de 1900-1910. (On ne voit ici qu'une partie de cette fresque). À Hébertville cette période sera considérée avec son hôtellerie du début du siècle et le chemin de fer d'Hébertville station.

d'en mettre littéralement plein la vue aux visiteurs»⁽¹⁴⁾.

Au-delà de ce projet particulier se pose aussi la nécessité d'aller plus loin dans le raisonnement et de considérer de nouvelles hypothèses de développement. Pour le moment, la tendance dominante est d'ériger presque partout des musées fermés, des bibliothèques closes,

des centres d'interprétation clôturés et des immeubles encerclés par des normes très strictes.

Ainsi, en enfermant et en clôturant dans un but de préservation - au demeurant fort louable - le produit culturel, on l'éloigne involontairement du visiteur et on favorise du même coup une approche perceptuelle moindre.

Or, le touriste semble rechercher en région une relation très sensitive et directe avec l'univers culturel local, ayant souvent, au préalable, visité des musées urbains aux collections prestigieuses. De plus, nos observations nous ont fait découvrir qu'effectivement les produits culturels *out* étaient plus en demande que les *in* quand il s'agissait de visiter des localités.

Ce constat nous amène alors à réfléchir sur les types d'aménagement à privilégier pour l'avenir. N'y aurait-il pas avantage à canaliser l'expression culturelle locale à des fins touristiques en la concentrant dans le grand espace régional extérieur à la manière des peuples primitifs, nomades, agraires ou marchands? Et ne serait-on pas à l'aube d'un nouveau type de réalisations culturelles régionales... complétant celles des cités!

Nous faisons ici référence au *macro-art-land-art-earthworks* et à l'art environnemental en général, qui, tous, tendent à marquer de culture humaine l'espace d'un champ, d'un désert, d'un lac, d'une falaise, d'un bâtiment, etc. D'où l'intérêt pour le touriste de se rendre en région pour y découvrir des produits nature/culture que la cité ne pourrait alors lui offrir. En un sens, nous sommes profondément convaincus que certaines régions sont déjà mûres pour créer de nouveaux produits culturels et touristiques difficiles à réaliser en milieu urbain et rattachés au patrimoine local, sans imitation ni plagiat.

Conclusion

Malgré le fait que le projet muséal d'Hébertville s'achemine vers la réalisation d'une galerie d'art extérieure unique et capable, à elle seule, de créer une identité sous-régionale forte, ceci ne veut pas dire qu'il s'agit là d'une idée récente.

Le *Guinness book of records* situe la première murale en Turquie, 6200 ans avant J.-C.! À des époques encore plus reculées, il est aussi possible de se référer aux peintures rupestres extérieures faisant partie du patrimoine mondial de l'UNESCO et qui remontent à 25 000 années avant notre ère.

Près de nous, à Chemainus, en Colombie-Britannique (Canada), un photographe du nom de Karl Schutz réactualisa le concept dès 1981. Ce qui entraîna par la suite la réalisation de presque trente murales et sculptures - la mise sur pied d'un festival mondial d'art populaire - ainsi... qu'un

redéveloppement économique qui se traduit, en huit ans, par l'implantation de plus de soixante-dix commerces, petites et moyennes entreprises touristiques. De quoi faire rêver plusieurs MRC ou municipalités en quête de projets originaux et rentables! (voir photos no 2, 3 et 4)

L'étonnant dans tout cela, c'est que le Québec des régions n'ait pas encore pu - pour des raisons qui nous échappent - profiter de ces nombreuses expériences réussies pour relancer ou améliorer l'industrie culturelle et touristique à partir de ces bases très prometteuses. Le besoin est pourtant là, présent dans de nombreuses localités, pour freiner le dépeuplement et l'étiollement économique!

Malgré tout et quoique le projet d'Hébertville puisse essayer en s'appliquant au milieu maritime nord-côtier - ou industriel nordique - ou encore - amérindien et anglophone tel que cela est déjà prévu, il n'en est pas moins vrai qu'il renferme des limites en termes de quantité et surtout... de qualité.

En ce sens, certains *barbouillages abstraits* ou *graffitis contestataires* muraux ne peuvent être comparés au projet que nous venons de décrire! Il ne s'agit pas de croire à l'inspiration pour créer quelque part des oeuvres d'art populaires, qui deviendront des produits culturels et touristiques de valeur. La réussite en ce domaine exige une cohérence, des connaissances historiques précises, une maîtrise artistique et des techniques particulières!

Mais, à part cette mise en garde, il faut reconnaître que l'art environnemental tel que partiellement abordé ici est si riche et performant, qu'il devrait permettre de doter plusieurs régions du Québec d'un produit et d'une image culturelle/touristique enrichie.

Enfin, en rédigeant cet article, nous avons voulu attirer l'attention sur le fait que la mondialisation des marchés ne permet plus de s'en tenir à une vision trop conservatrice et traditionnelle du développement et des aménagements patrimoniaux et muséologiques. Il faudra de plus en plus étonner le touriste, l'émerveiller, le surprendre pour capter son attention et ainsi le faire venir et le retenir dans un endroit pour quelques heures ou quelques jours! À cela s'ajoute que le tourisme est un des trois secteurs économiques prometteur pour l'avenir et que cette industrie sera utile ou indispensable pour la relance de nombreuses localités et régions d'ici l'an 2000. †

NOTES ET RÉFÉRENCES

- (1) Données fournies par la municipalité.
- (2) «... sacréaliser veut dire investir d'importance, susciter le sens du sacré chez le fidèle et le pratiquant [...] Même si toutes les sacréalizations ne visent pas à jouer avec le sens du sacré [...], elles visent toujours à sortir un objet ou un lieu de l'ordinaire, de l'anonymat, de la banalité. Elle opère donc toujours une distinction...», Laplante, Marc et Trottier, Louise, pp. 12-13 et 22.
- (3) Un nombre important de maisons historiques comme Place-Royale à Québec est un... «gisement patrimonial» - 200 000 oies sauvages à Cap-Tourmente est un... «gisement faunique», etc.
- (4) À considérer dans le sens de l'art figuratif ou naïf, comme par exemple la maison Villeneuve à Chicoutimi.
- (5) «... il est [...] facile de capter l'attention du touriste avec les ressources patrimoniales. On peut le faire d'autant plus que ces ressources se prêtent facilement à des mises en scène séduisantes: [...] montages habiles d'images d'un autre temps, etc. (ici les murales), Laplante, Marc et Trottier, Louise, p. 27.
- (6) Discipline scientifique traitant de la biologie du comportement.
- (7) Discipline scientifique traitant des distances entre les gens et les choses.
- (8) Effectuée par l'Université Laval sous la forme d'un laboratoire pratique en deuxième année de maîtrise A.T.D.R..
- (9) L'étude conceptuelle fut complétée par un plan de commercialisation effectué par la firme ÉCART-TANGRAM de Québec.
- (10) Conçu par la firme ÉCART-TANGRAM - financé par la C.F.P. et pédagogiquement accompagné par le CÉGEP de St-Félicien.
- (11) Cette agence appelée «Village, vacances, familles d'Hébertville» recevra déjà, en 1992, une centaine d'autobus de touristes français.
- (12) Données fournies par la municipalité. Plus précisément, la municipalité s'est associée à une corporation à but non lucratif pour gérer l'ensemble des opérations financières.
- (13) Il s'agit là d'une prise de position fondamentale contenue dans le projet de nouvelle politique culturelle du Québec.
- (14) «... en donner à voir aux étrangers, en mettre plein la vue souvent, pour les impressionner», Laplante, Marc et Trottier, Louise, p. 13.

BIBLIOGRAPHIE

- ATHENS, **Circuit patrimonial et prospectus touristique: Home of the Historical Murals**, 1992, 2 p.
- BERGERON, GAGNON INC., **Mise en valeur du patrimoine Hébertvillois**, rapport final, 1992, 95 p.
- Chemainus, **A Celebration of Canada Heritage: the Little Town That Did**, Vancouver Island, British Columbia, published by Chemainus of murals society, 1989, 71 p.
- GOVERNEMENT DU QUÉBEC, ministère des Affaires culturelles du Québec, **La politique culturelle du Québec**, 1992, 109 p.
- Hébert, Pierre-Maurice, **Le curé Hébert: un siècle d'histoire, 1810-1888**, tome 1, Éditions de l'Écho, Montréal, 1988, 405 p.
- Jay-Rayon, Jean-Claude et collaborateurs, **Planification, conception et localisation du produit récréotouristique d'Hébertville - P.C.L.**, Université Laval, ATDR, porte-folio carto-photographique et document écrit, 1990, 62 p.

Laplante, Marc et Louise Trottier, **Concept d'interprétation du patrimoine de la ville de Québec: les dimensions touristiques**, pour le bureau d'études Cultura INC., 1988, 41 p.

LE GROUPE-CONSEIL SUR LA POLITIQUE CULTURELLE DU QUÉBEC, **Une politique de la culture et des arts**, sous la présidence de Roland Arpin, Les publications du Québec, 1991, 312 p.

UNESCO, **L'art rupestre préhistorique: le patrimoine de l'humanité**, Éditions Bordas francophone, 1991, 32 p.

SÉGUIN, Normand, **La conquête du sol au 19ème siècle**, Éditions du Boréal Express, 1977, 225 p.