ÉCONOMUSÉE

Devenez une destination touristique grâce à votre savoir-faire

Forum bioalimentaire
de la Côte-Nord
7 novembre 2018

Carl-Éric Guertin
Directeur général
Société du réseau ÉCONOMUSÉE



fermelanglois@outlook.fr

Ouvert toute l'année / *Open year round*

Juillet à fin octobre / *July to end of October*

Tous les jours / *Daily*
8h30 - 18h

Novembre à juin / *November to June*

Mercredi à dimanche / *Wednesday to Sunday*
8h30 - 17h30

Entrée gratuite / *Free admission*

Ferme Langlois
1087, Route 138
Neuville, QC G0A 2R0
Tél.: 418 909-0729
Fax: 418 876-2816



SUR LE MÊME LOPIN DE TERRE DEPUIS 1667



GARDIEN D'UNE ÉPOQUE

GUARDIAN OF AN ERA

1. La Société du réseau ÉCONOMUSÉE

- Fondée à Québec en 1992
- Siège social à Québec
- Mission :
  - Aider les artisans et les entreprises à caractère artisanal à se mettre en valeur et transmettre leur savoir faire à travers le modèle ÉCONOMUSÉE®
  - **Donner une vocation touristique aux artisans et en faire des vitrines de la culture locale**
  - Préserver, développer et faire rayonner le patrimoine local



1. La Société du réseau ÉCONOMUSÉE

- 39 (au 1er octobre 202018)
  - 27 membres réguliers
  - 12 membres en transition
- 20 agro (51 %), 17 métiers d'art (44 %), 2 agro et métiers d'art (5 %)

	2018
$	43,6 M
Visiteurs	830 000
Emplois	569



1. La Société du réseau ÉCONOMUSÉE®
D'abord au Québec et maintenant à l'international



1. Canada
   - 1987 – Québec (38)
   - 1997 - Atlantic (7)
   - 2012 – British Columbia (5)
   - 2014 - Saskatchewan (1 à venir)
   - 2016 – Alberta (1)
2. Groenland (1)
3. Iles Faroé (3)
4. Islande (5)
5. Norvège (12)
6. Suède (5)
7. Irlande du Nord (6)
8. Irlande (6)
9. Haïti (1)

Au 1er novembre 2018

2. QU'EST-CE QU'UN ÉCONOMUSÉE ?

- Des entreprises avant tout
- Métiers d'art ou agroalimentaire
- Doit avoir une production
- Savoir-faire authentique / inspiré de la tradition dans la fabrication des produits
- Lieu permettant de faire découvrir la culture locale et la rencontre avec l'artisan
- Implantation des 6 composantes économuséales


www.lapresse.ca/voyage MONTRÉAL MERCREDI 10 AVRIL 2013

LA PRESSE

AUBAINES
LES MEILLEURS PRIX DE LA SEMAINE
PAGE 4

VOYAGE QUÉBEC

ÉCONOMUSÉES

Au pays du savoir-faire

Il n'y a rien de mieux que de voir un artisan au travail pour comprendre sa démarche de création et apprécier sa production. C'est le genre d'expérience culturelle que proposent plus de 30 économusées au Québec. En plus d'échanger avec l'artisan, on peut s'enrichir de nouvelles connaissances et même, dans certains cas, acheter des produits de qualité inspirés de longues traditions.

VISITE DE DEUX ÉCONOMUSÉES DE MONTRÉAL PAR ANDRÉE LEBEL, EN PAGES 2 À 4.



ÉCONOMUSÉE® du boucanage

- Pratique traditionnelle du boucanage du hareng
- 3e génération – famille Arsenault
- Seul fumoir encore en activité aux Îles-de-la-Madeleine
- Immeuble patrimonial dans le Répertoire du patrimoine culturel du Québec
- Un attrait touristique incontournable de haute qualité grâce au modèle ÉCONOMUSÉE®









2. ÉCONOMUSÉE - ENTREPRISES CHEFS DE FILE

- Fromagerie Pied de vent, Fumoir d'antan, Artisans du sable
  - Principaux attraits aux Îles-de-la-Madeleine
- Orpailleur
  - Parmi les deux premiers vignobles au Québec (35 ans) – Dunham
- Laiterie de Charlevoix
  - Attrait majeur à Baie-St-Paul
- Moulins de l'Isle-aux-Coudres et Verger Pedneault
  - Principaux attraits de l'Isle-aux-Coudres
- Domaine Acer
  - Principal attrait privé du Témiscouata
- Cassis Monna et Filles
  - Principal attrait de l'Île d'Orléans
- Bilodeau Canada
  - Plus grande maison de taxidermie au Canada
  - Attrait important du nord du Lac-Saint-Jean
- Vallée de la framboise
  - Reconnaissance régionale

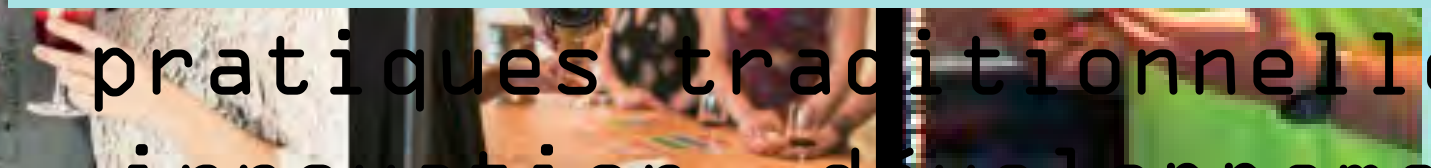

L'Orpailleur













Ouvert toute l'année / *Open year round*

Juillet à fin octobre / *July to end of October*

Tous les jours / *Daily*
8h30 - 18h

Novembre à juin / *November to June*

Mercredi à dimanche / *Wednesday to Sunday*
8h30 - 17h30

Entrée gratuite / *Free admission*

Ferme Langlois
1087, Route 138
Neuville, QC G0A 2R0
Tél. : 418 909-0729
Fax : 418 876-2816



E LOPIN
EPUIS 1667

RDIEN
JNE
DQUE

GUARDIAN
OF AN ERA

Reflet de l'identité québécoise

Savoir-faire, familles, histoire, patrimoine immatériel, patrimoine bâti, mise en valeur de la culture locale, immigration, autochtones, pratiques traditionnelles,

3. ACCOMPAGNEMENT DES NOUVELLES ENTREPRISES

1 - 2 ans

Phase 1 : Go no Go

- 1er contact
- Visite de l'artisan
- Évaluation : qualité, intérêt, infrastructure
- Dépôt candidature comité des admissions
- Adoption par le comité des admissions

Phase 2: Membre transition

- Droit d'entrée
- Développement du projet d'implantation
- Budget
- Recherche de financement

Phase 3 : ÉCONOMUSÉE

- Équipe de professionnels
- Recherche, textes, traduction
- Graphisme et design intérieur
- Rénovation / Construction
- Tour guidés / expérientiel
- Dépliant
- Ouverture officielle

Phase 4 : ÉVALUATION

- Qu'est-ce qui marche bien ou pas
- Ajustements

MEMBRES ACTUELS - BONIFICATION

3. PHASE 1 - GO NO GO

Processus de sélection :

- Premier contact
- Visite de l'artisan
- Soumission de la candidature
- Comité des admissions:
  - Analyse situation financière
  - Analyse du dossier
  - Entrevues si nécessaire
- Adoption par le conseil d'administration

Critères de sélection :

- 3 ans en affaires
- 75 000 $ de chiffre d'affaires
- Possède un potentiel touristique
- Reconnu pour la qualité des produits
- Apte à accueillir un groupe
- Ouvert minimalement 4 mois par année
- Inscrit dans la culture locale, patrimoine
- A une histoire à raconter
- Autres considérations

Les 90 étapes d'accompagnement

de la première rencontre de réflexion à la mise au point et ajustements

Projet d'implantation L'ÉCONOMUSÉE® de NOM DE L'ÉCONOMUSEE
NOM DE L'ENTREPRISE
Principales tâches de réalisation

Plan de bonification de l'espérience					Réalisation du projet									Étapes post-projet		
Réflexion de démarrage	Évaluation des besoins de l'entreprise	Évaluation du potentiel du projet	Plan de projet	Financement	Rédaction du concept	Contenu	Aménagement et design d'intérieur	Design graphique	Travaux	Aménagement des espaces	Visite guidée et activité d'animation	Espace expérientiel	Dépliant	Rodage et ajustement	Inauguration	Bilan de projet
Mission de l'entreprise	Accueil touristique	Dresser le profil de l'artisan	Rencontre préliminaire	Évaluer les partenaires financiers potentiels	Rencontre d'équipe d'implantation (artisans, SRÉ et fournisseurs)	Effectuer la recherche documentaire	Créer le plan d'aménagement préliminaire	Élaborer une ligne graphique	Effectuer les travaux de démolition (si nécessaire)	Installer le mobilier	Analyse de la visite guidée actuelle	Évaluation des besoins	Prise de photos professionnelles du site	Reprise de contenu	Conférence de presse	Analyse des points forts et faibles
Objectifs du projet touristique	Espace physique	Cerner la structure de l'entreprise	Évaluer les besoins	Rédiger les demandes de subventions	Élaborer le contenu des six comparantes	Effectuer la recherche iconographique	Présenter le plan préliminaire à l'artisan	Conceptualiser les contenus d'interprétation	Effectuer les travaux de réaménagement	Installer les comparantes d'interprétation	Rédaction de la nouvelle visite	Recherche des comparantes expérientielles	Réalisation du dépliant	Ajouts - modifications - retraits	Relation de presse et contact des médias	Point à reprendre pour la suite
Situation actuelle vs situation souhaitée	Ressources humaines	Identifier les actifs matériels premiers	Rédiger le plan d'implantation	Élaborer le budget final	Valider les espaces d'intervention	Rédiger les textes	Élaborer les plans finaux et détaillés pour les rénovations	Conceptualiser la signalisation	Construire le mobilier sur mesure	Installer l'éclairage et peinturer le mobilier	Formation des employés pour être guide touristique	Achat des comparantes expérientielles	Impression du dépliant	Réimpression	Prise de photos professionnelles	Évaluation des comparantes économusées
Vision à long terme	Génération de revenus	Situer le métier	Établir le concept intégrateur		Élaborer le concept d'aménagement intérieur	Présenter la version préliminaire des textes à [illegible]	Présenter le plan final à l'artisan	Présenter les propositions graphiques à l'artisan			Évaluation de la nouvelle visite guidée sur des groupes tests	Installation des comparantes expérientielles	Livraison du dépliant	Ajustements de la visite guidée		Mise au point et ajustements
	Organisation du travail	Situer l'entreprise dans son contexte géotouristique et culturel	Identifier les espaces d'intervention		Élaborer le concept pour la ligne graphique et les comparantes visuelles	Effectuer les ajouts et ajustements dans les textes	Effectuer les modifications et ajustements au plan	Effectuer les modifications et ajustements aux propositions [illegible]				Élaborer les activités d'animation				
		Prendre connaissance des lieux et des espaces	Établir un budget et le montage financier du projet		Vérifier la réglementation applicable (zonage, environnement, [illegible])	Traduire et réviser les textes	Conceptualiser le mobilier sur mesure	Sélection des matériaux et support d'interprétation				Élaborer le volet activités complémentaires				
			Constituer l'équipe d'implantation		Vérifier la conformité aux normes (code du bâtiment, incendie)	Approbation des textes par le client	Choisir et effectuer l'achat du mobilier et des accessoires	Impression des contenus imprimés				Élaborer le volet visibilité et communication				
			Produire la liste des intervenants avec leurs tâches et leurs [illegible]		Rechercher un artiste pour la comparante travail-faire contemporain	Effectuer l'achat des objets et des iconographies	Choisir et effectuer l'achat de l'éclairage									

Dernière mise à jour : 2018-01-15

Note: Les principales tâches sont présentées ici comme des étapes de réalisation de la première prise de contact jusqu'à la rétrospective. Toutefois, il est possible que certaines tâches ne soient pas nécessaires à la bonne réalisation du projet. De plus, il se peut que d'autres tâches s'ajoutent en cours de réalisation, en fonction des besoins et en ad

3. PHASE 2 - MEMBRES - DÉMARRER LE PROCESSUS

- Qu’est-ce que je veux pour mon entreprise
- Où je désire aller ?
- Qu’elle est ma vision?
- Ma situation actuelle vs désirée ?
- Où je me vois dans le futur ?



3. PHASE 2- MEMBRE - DÉMARRER LE PROCESSUS

Quels sont mes besoins comme entreprise ?

- Tourisme :
  - Individuel, groupes, visites guidées, prix des visites ?
  - Qu'est-ce que vous voulez que les gens retiennent ?
  - Quelles sont les questions les plus fréquemment demandées ?
  - Est-ce que le bâtiment / l'atelier offre suffisamment d'espace pour accueillir les visiteurs ? Quelles sont mes alternatives ?
  - Comment accroître le panier moyen ?

- Ajouter un volet expérientiel ?

- Quel est le genre de matériel d'interprétation que j'aimerais avoir?





3. PHASE 2 - MEMBRE - DÉMARRER LE PROCESSUS

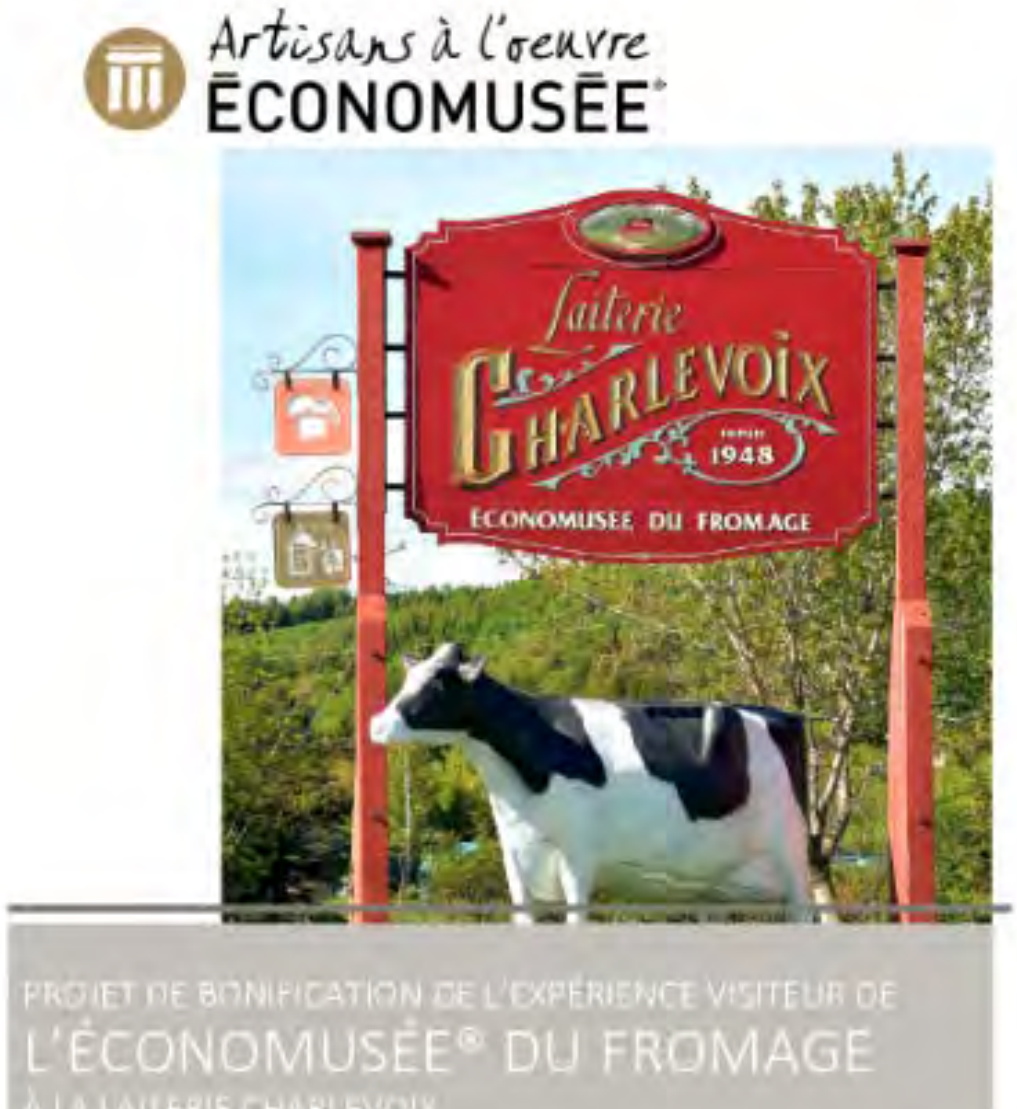
Quels sont les besoins ?

- Espace physique : petites modifications, rénovation et ou ajout d'espace
- Équipements : renouvellement ou ajouts
- Ressources humaines
- Développement de nouveaux produits
- Activités génératrices de revenus
- Objectifs développement touristique dans 5 ans





3. PHASE 2 - MEMBRE - DÉMARRER LE PROCESSUS



Projet d'implantation ou de bonification de l'expérience

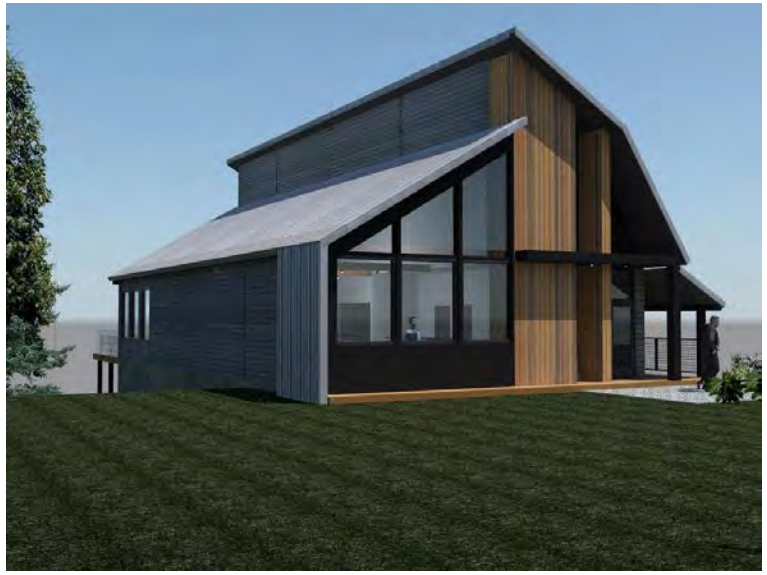
1. Profil de l'artisan
2. Vision et objectifs de l'artisan:
   - Métier, entreprise touristique
   - Expansion ou pas (équipement, bâtiment)
   - Clientèle et celle visée, visites guidées ou libres
3. Profil de l'entreprise
4. Infrastructures et espaces disponibles
5. Plans et maquettes
6. Disposition des composantes économuséales
   - Interprétation
   - Visite guidée
   - Expérience : ateliers, dégustation
7. Analyse de marchés / compétition
8. Budget et investissements requis

EXEMPLE - CENTRE DE L'ÉMEU DE CHARLVEVOIX









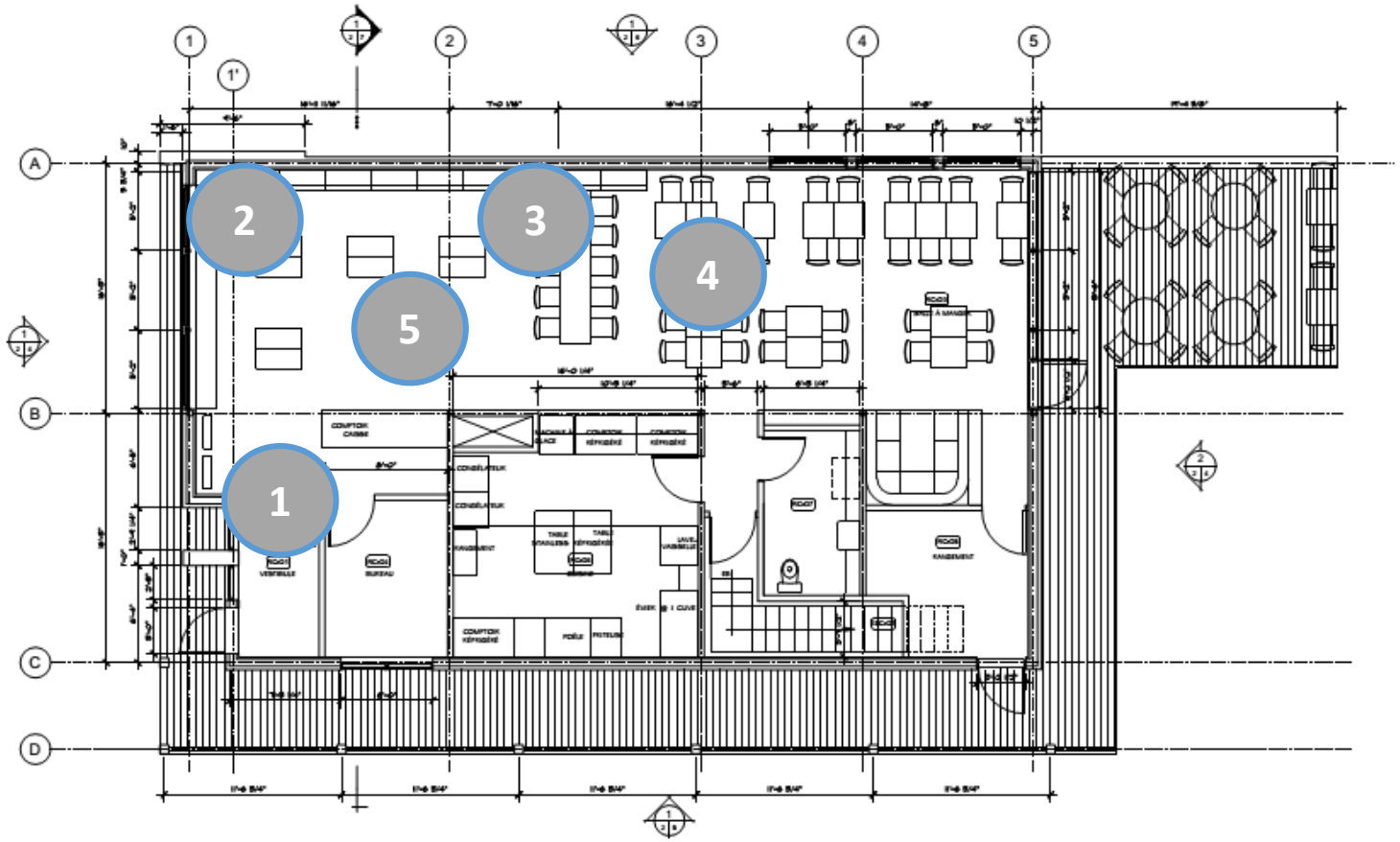




Volet 2 – Implantation de l'ÉCONOMUSÉE® de la huilière

Circuit complet de visite

1. Accueil
2. Savoir-faire traditionnel
3. Savoir-faire contemporain
4. Centre de documentation et dégustation
5. Boutique



Plan du rez-de-chaussée

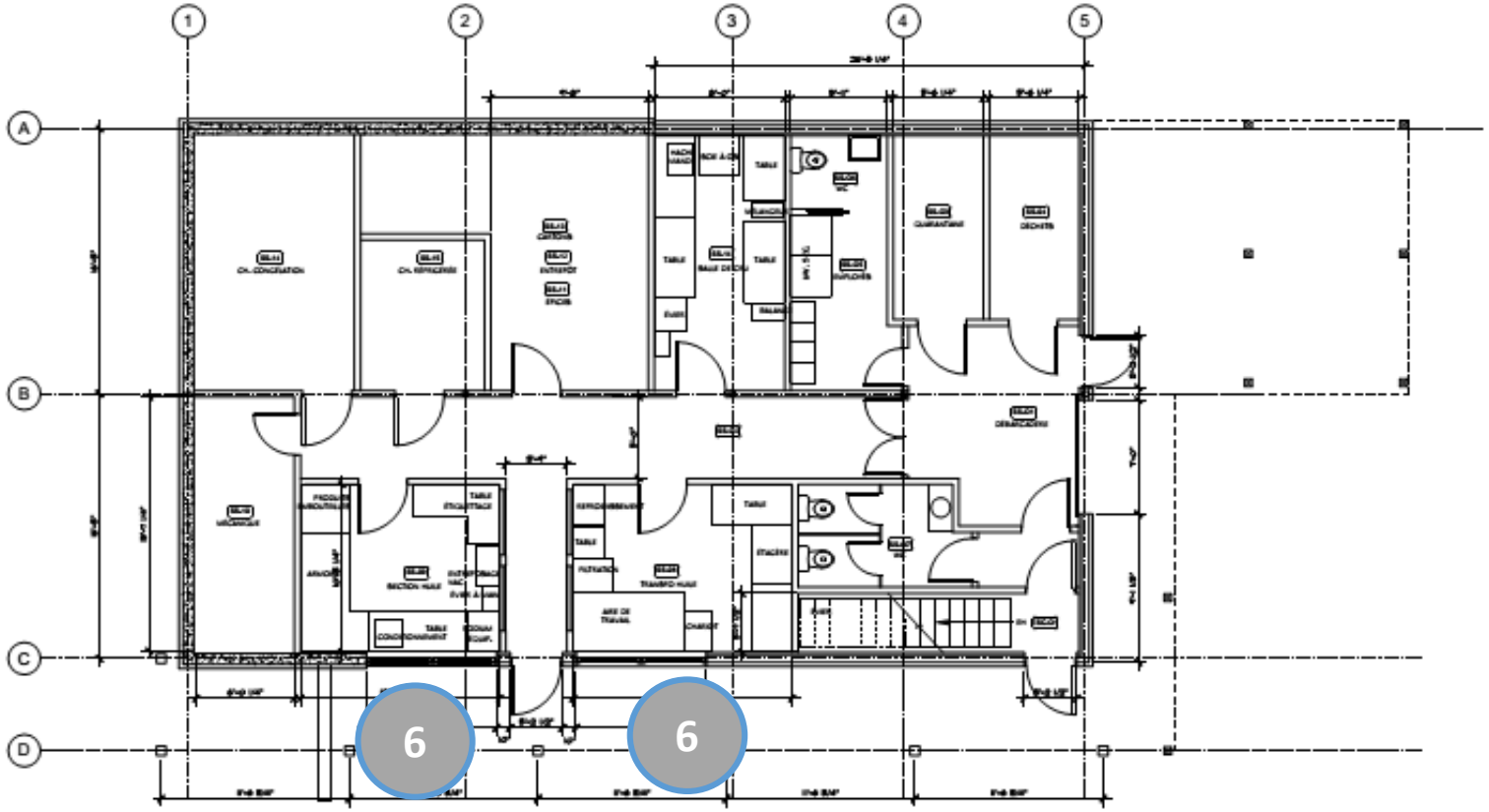
ÉMEU CHARLEVOIX

Artisans à l'oeuvre ÉCONOMUSÉE® QUÉBEC

Volet 2 – Implantation de l'ÉCONOMUSÉE® de la huilière

Circuit complet de visite (suite)

6. Atelier (transformation de l'huile et des produits corporels)



Plan du sous-sol

ÉMEU CHARLEVOIX

Artisans à l'oeuvre ÉCONOMUSÉE® QUÉBEC

Volet 2 – Implantation de l'ÉCONOMUSÉE® de la huilière

Circuit complet de visite (suite)

1. Accueil
6. Atelier (ressource première)

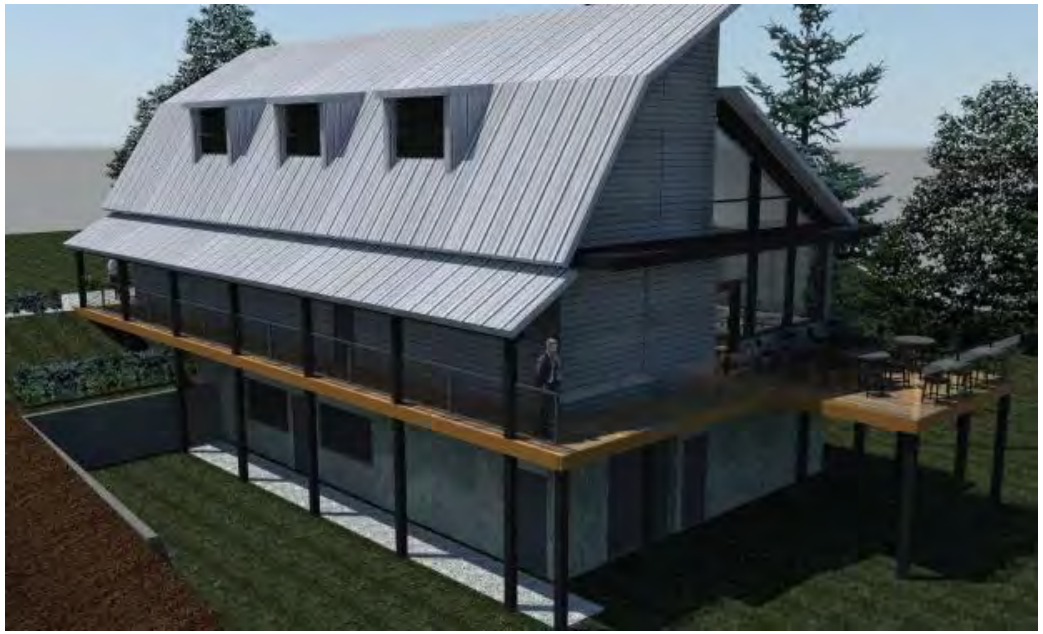


Plan extérieur

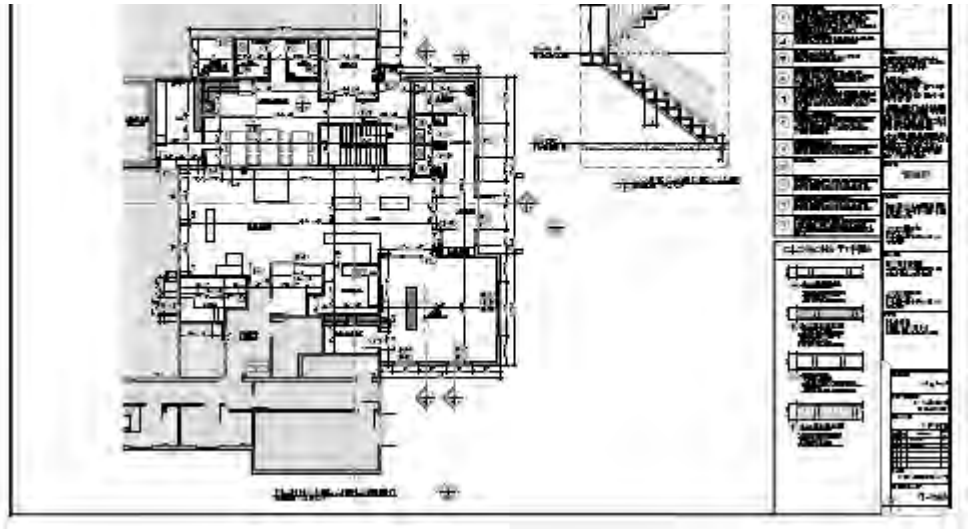
ÉMEU CHARLEVOIX

Artisans à l'oeuvre ÉCONOMUSÉE® QUÉBEC

DES BATIMENTS TOURISTIQUES DÈS LE DÉPART







Intégrer les 6 composantes économuséales dès la conception

DEVENIR DES DESTINATIONS TOURISTIQUES

Attrait touristique → Destination touristique



- Ensemble du site
- Dès l'arrivée du visiteur
- Parcours du visiteur
- Signalisation
- Expérientiel / dégustations
- Accès universel

ADHÉSION DU MILIEU ET RECHERCHE DE FINANCEMENT

INVITATION

PRÉSENTATION DU PROJET D'AGRANDISSEMENT
des ÉCONOMUSÉES® du pelletier-bottier et de la taxidermie



MARDI 11 AVRIL, À 13 H 30 943, rue Saint-Cyrille, Normandin

Prière de confirmer votre présence
info@bilodeauinc.com | 418 274-2511

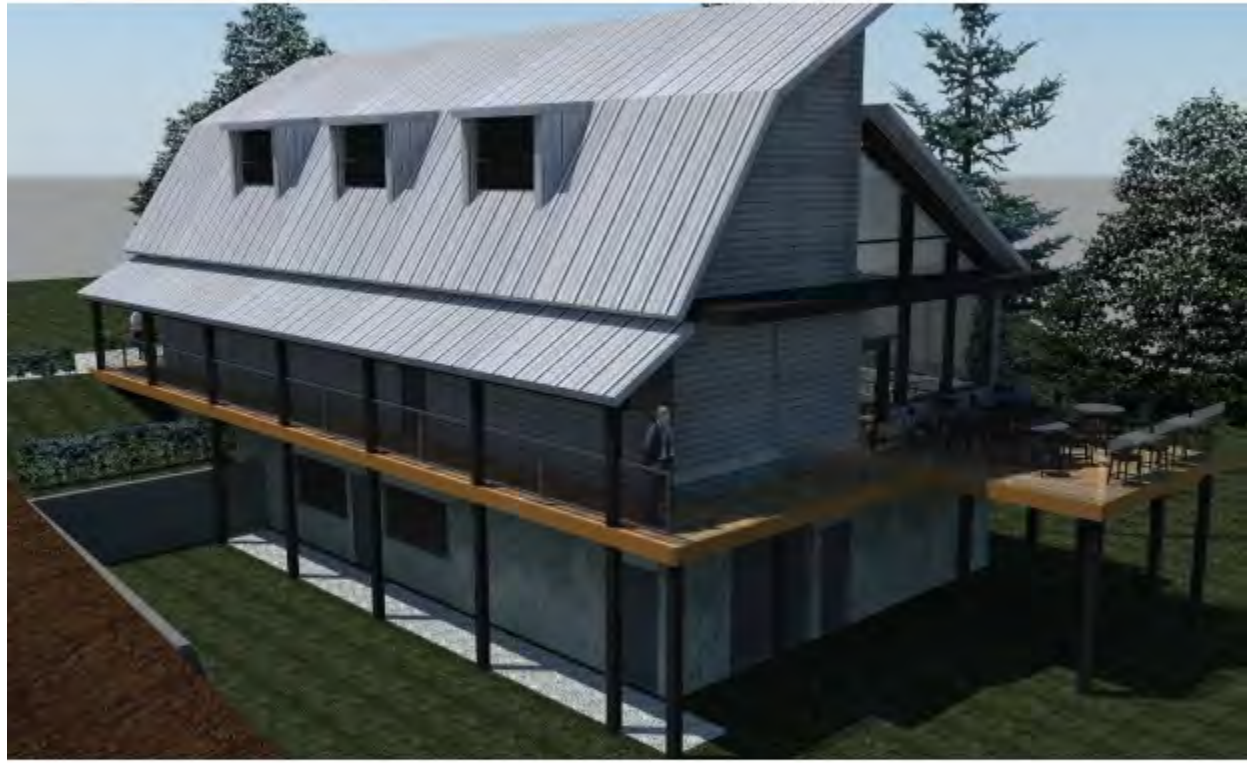
BILODEAU

Artisans à l'oeuvre ÉCONOMUSÉE® QUÉBEC



VOUS ÊTES CONVIÉ À UNE PRÉSENTATION DU PROJET

Réorganisation des activités de l'entreprise Centre de l'Émeu de Charlevoix

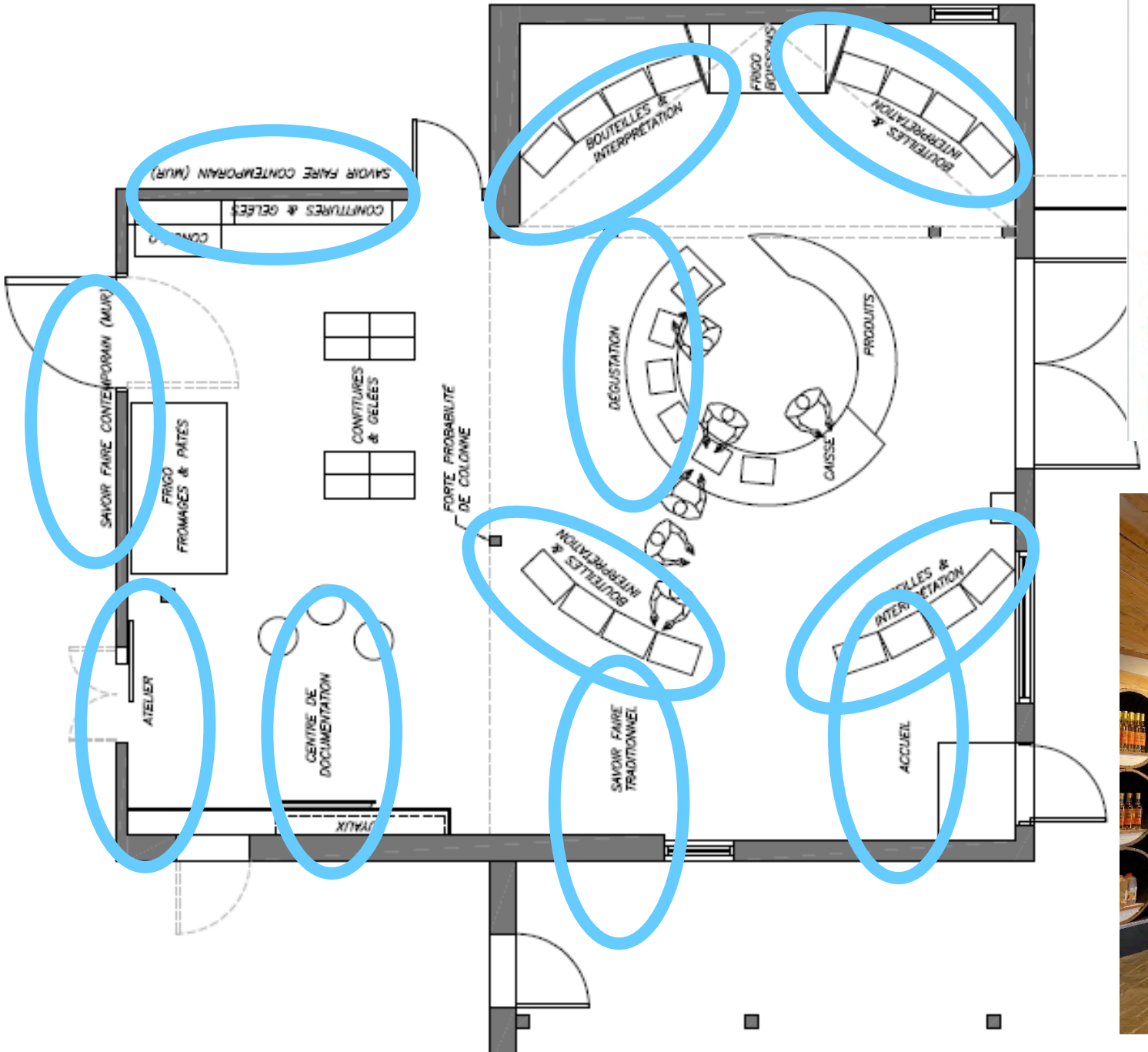


MERCREDI 25 JANVIER 2017 DE 9H À 12H 900, Place d'Youville, Québec, 3e étage, salle 3.33

ÉMEU CHARLEVOIX

Artisans à l'oeuvre ÉCONOMUSÉE® QUÉBEC

Prière de confirmer votre présence
raymondet@emeucharlevoix.com 418-667-5443 # 201


BOUTEILLES & INTERPRETATION
FRIGO BOISSONS
BOUTEILLES & INTERPRETATION
SAVOIR FAIRE CONTEMPORAIN (MUR)
CONFITURES & GELÉES
SAVOIR FAIRE CONTEMPORAIN (MUR)
FRIGO FROMAGES & PÂTÉS
CONFITURES & GELÉES
FORTE PROBABILITÉ DE COLONNE
DÉGUSTATION
PRODUITS
CAISSE
BOUTEILLES & INTERPRETATION
ATELIER
CENTRE DE DOCUMENTATION
SAVOIR FAIRE TRADITIONNEL
ACCUEIL















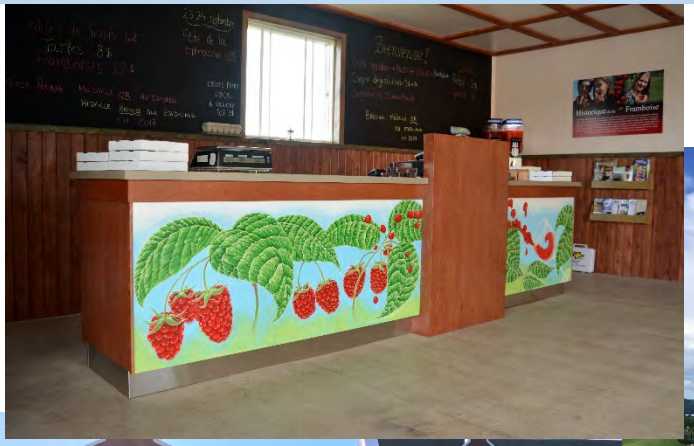




DÉVELOPPEMENT D'UNE VISITE GUIDÉE

Exemple - Avant :

- Visites de groupes (autobus) en haute saison seulement
- Aucune visite individuelle









Maintenant :

- 2017 année de rodage
- Durée : 1,5 h
- 8 $ plus taxes / pers.
- 3 dégustations et coupe souvenir
- Réorganisation du parcours de visite
- Moyenne 1 fois / jour haute saison
- Dégustations maintenant payantes
- Augmentation du panier moyen

Chantal Paradis et Jean-Paul Lebel, de La Vallée de la Framboise avec la Société du réseau ÉCONOMUSÉE® sont fiers de vous inviter à

L'INAUGURATION DE L'ÉCONOMUSÉE® DES LIQUORISTES : FRAMBOISE.



MERCREDI 21 JUIN 14h00 À La Vallée de la Framboise : 34, route Lauzier, Val-Brillant Qc, G0J 3L0

Artisans à l'oeuvre ÉCONOMUSÉE® QUÉBEC

Veuillez confirmer votre présente avant le 19 juin au
418-694-4466 poste 29 info@economusees.com

L'Écoterritoire habité de LA MATAPÉDIA
Desjardins Caisse Vallée de la Matapédia
Tourisme Québec
Tourisme Gaspésie
SADC
Agriculture, Pêcheries et Alimentation Québec
Cultivons l'avenir 2
Canada

INAUGURATION OFFICIELLE
DES AGRANDISSEMENTS ET DE LA REFONTE DE L'ÉCONOMUSÉE

Les soeurs Anne et Catherine Monna ainsi que leur père Bernard Monna, convient les médias à l'inauguration officielle des agrandissements et de la refonte de l'économusée, suite à un investissement de plus de 1,5 million $ et à une entente de partenariat régional en tourisme. Seront également soulignés les 25 ans du domaine Cassis Monna & Filles.

Une rencontre en présence de Mme Caroline Simard, députée de Charlevoix–Côte-de-Beaupré et adjointe parlementaire de la ministre du Tourisme.

Quand : Le jeudi 8 juin 2017 à 10h00
Où : Cassis Monna & Filles. 1225 Chemin Royal, Saint-Pierre (Île d'Orléans)

RSVP avant le 6 juin : myranie@tacticmarketing.ca

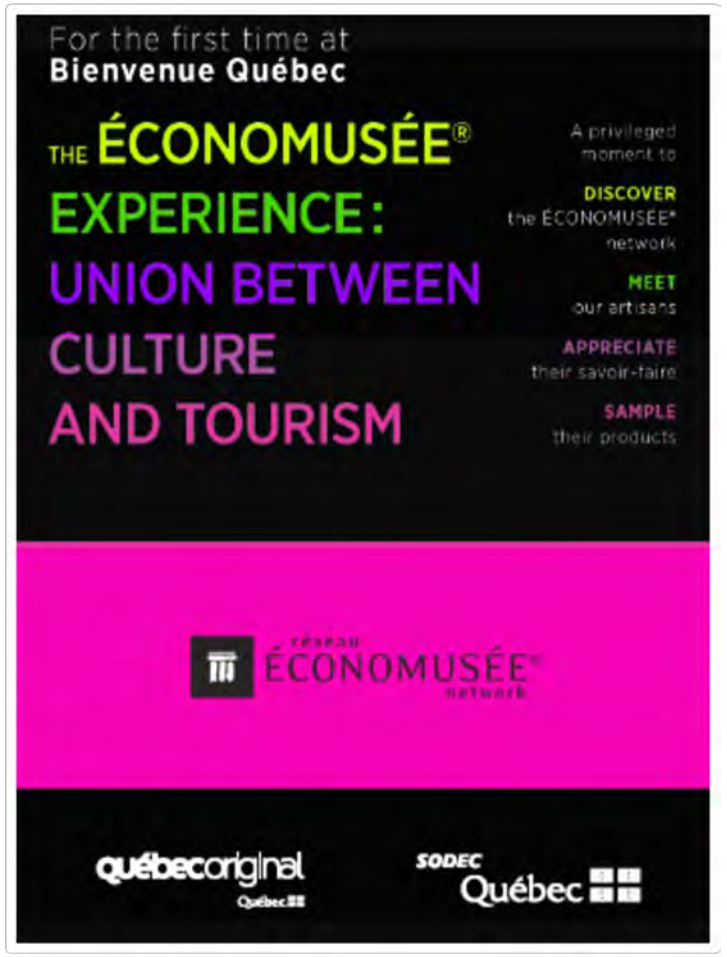
CASSIS MONNA & FILLES



MERCI À NOS PARTENAIRES :

Québec · Québec Office du tourisme de Québec · Canada · Cultivons l'avenir 2 · Artisans à l'oeuvre ÉCONOMUSÉE® · Desjardins Entreprises Québec-Capitale · Desjardins Caisse de L'Île-d'Orléans

4. PROMOTION ET RELATIONS PUBLIQUES







Publié le 23 juin 2015 à 05h30 | Mis à jour le 23 juin 2015 à 05h30

Miel des Ruisseaux devient Économusée

Laura Lévesque
Le Quotidien
Miel des Ruisseaux d'Alma joint le réseau international Économusée. Il s'agit de la cinquième entreprise régionale à ouvrir son atelier au grand public, après la boulangerie Perron de Roberval, Bilodeau de Normandin, le Chevrier du Nord de Saint-Fulgence et Touverre de La Baie.

L'Économusée met en valeur des artisans et

5. LES RETOMBÉES


Papeterie Saint-Gilles, Paper ÉCONOMUSÉE®





5. RETOMBÉES - DES INVESTISSEMENTS MAJEURS

- Dépôt de 11 projets au cours de la dernière année
- 5,6 M $ d'investissement prévus
- 1,9 M$ d'aide financière non remboursable (9 projets analysés)

1. Qualité des projets présentés
2. Qualité des documents déposés qui répondent aux exigences + plans + maquettes / croquis + lignes graphiques + lettres d'appui
3. Répondre au nom des membres ou les soutenir pour répondre aux questions des bailleurs de fonds

Centre de l'émeu de Charlevoix : c'est parti pour La Huilière

Le vendredi 23 février 2018, 11h19



Gilles Fiset
gfiset@lecharlevoisien.com

Partager 16 Tweeter



Caroline Simard, députée de Charlevoix-Côte-de-Beaupré, Raymonde Tremblay, propriétaire du Centre de l'Émeu de Charlevoix, Ginette

Le coup de pouce financier attendu par les propriétaires du Centre de l'émeu de Charlevoix pour lancer leur économusée La Huilière est enfin arrivé sous forme d'une subvention de 341 800 $ du gouvernement provincial.

Par Gilles Fiset

Le 17 janvier dernier, Le Charlevoisien décrivait le futur économusée La Huilière, une bâtisse de près de 2 000 pieds carrés dans laquelle on procèderait à la transformation et la dégustation des produits de l'émeu. Un projet qui nécessiterait des investissements financiers dépassant le million de dollars.

LE SUCCÈS DU CONCEPT ÉCONOMUSÉE® REPOSE DANS UN PREMIER TEMPS SUR UN SOLIDE PROCESSUS D'ACCOMPAGNEMENT DE L'ENTREPRISE. EN SECOND LIEU, CE SONT LES AMÉLIORATIONS APPORTÉES DANS L'ENTREPRISE QUI DEVIENNENT DES VECTEURS DE CROISSANCE :

- Amélioration notable des infrastructures d'accueil, de visites et de ventes ;
- Amélioration de l'expérience client-visiteur dans l'entreprise par le contact avec l'artisan, la découverte du processus de fabrication de produits locaux et authentiques ;
- Augmentation des revenus (ventes de produits et visites guidées tarifées) par une expérience client bonifiée ou par un achalandage accru ;
- Adaptation rapide aux besoins des clientèles par un contact direct avec celles-ci ;
- Accroissement de la visibilité provenant de l'appartenance au réseau ÉCONOMUSÉE® ;
- Accroissement des revenus de l'entreprise permettant d'investir dans de nouveaux équipements et le développement de nouveaux canaux de distribution (autres membres du réseau ÉCONOMUSÉE®, ouverture de boutiques en milieu urbain, marchés publics, foires commerciales, épiceries, SAQ) afin de maintenir sa compétitivité.

Artisans à l'oeuvre
ÉCONOMUSÉE®

CONCEPT INTÉGRATEUR AVEC DE NOMBREUX BÉNÉFICES

CULTUREL

- Préserve savoir-faire traditionnel
- Transmission des savoir-faire
- Mise en valeur de la culture locale
- Sauvegarde de bâtiments patrimoniaux
- Garde en mémoire des personnages historiques

ÉCONOMIQUE

- « patrimoine qui gagne sa vie »
- Génération de revenus additionnels
- Maintien / Création d'emplois
- Investissements locaux
- Diversification économique locale

DURABLE

- Favorise l'achat local
- Circuits courts entre acheteurs et producteurs
- Origine des produits

TOURISTIQUE

- Contact / immersion avec les locaux et culture locale
- Recherche de l'authenticité
- Diversification de l'offre touristique
- Tourisme expérientiel / d'apprentissage

6. UN PRODUIT TOURISTIQUE TRIPLEMENT EXPORTABLE

À retenir…

Les économusées s'inscrivent dans les tendances actuelles, par exemple :

- Interagir plutôt que simplement visiter une destination
- Voyager de manière durable
- Rechercher une forme de développement personnel dans le voyage

La demande pour les activités de type muséal ou culturel est en progression au Québec

La visite de musées/économusées est fortement pratiquée en voyage et est généralement appréciée des voyageurs

- L'agrotourisme, surtout s'il s'inscrit dans une route ou un circuit touristique, possède un fort potentiel
- Les éléments distinctifs du Québec, sa culture, son histoire, son patrimoine sont des atouts sur lesquels nous devons miser
  - **Les économusées réunissent ces atouts dans leur expérience**



Source : Tourisme Québec, 20 mars 2018

6. UN PRODUIT TOURISTIQUE TRIPLEMENT EXPORTABLE



LA FOLIE DES ÉCONOMUSÉES !

Conçus pour préserver les savoir-faire et nourrir le dynamisme économique des régions du Québec, les économusées québécois ont rempli leurs promesses et partent maintenant à la conquête de l'Europe.

PAR GUILLAUME ROY

Dans son atelier-boutique au décor épuré d'Alma, au Lac-Saint-Jean, Émilie Gaudreault coupe des morceaux de pâte de bleuet recouverte de sucre blanc, tandis que sa mère, Lisette Paré, remue un chutney aux bleuets sauvages qui mijote dans une marmite.

Émilie, 27 ans, s'est associée avec sa sœur, Marie-Soleil, 32 ans, et sa mère pour racheter, en 2014, l'entreprise de transformation du bleuet Délices du Lac-Saint-Jean. Dès l'ouverture, les trois entrepreneures voulaient faire partager leur passion au grand public, et depuis l'automne 2015, elles se sont jointes à la Société du réseau Économusée (SRE).

Interrompant son travail, Émilie Gaudreault me raconte l'histoire régionale du bleuet au moyen d'une exposition de photos et me présente des objets qui servent à sa récolte. Puis, elle m'explique comment le grand incendie de 1870 a favorisé la présence du petit fruit dans la région et l'importance culturelle et économique de celui-ci.

« Je suis née dans une talle de bleuets. Ce fruit fait partie de notre identité et de notre patrimoine », dit Émilie, qui possède avec sa famille 162 hectares de bleuetières. Sa mère, âgée de 55 ans, raconte que les revenus que ses parents tiraient des bleuets sauvages permettaient de payer les fournitures et vêtements scolaires de leurs 15 enfants. Aujourd'hui encore, chaque année, en août, le temps s'arrête pour les Gaudreault et bien des familles du Lac, qui se consacrent alors à la récolte des baies.

Ouvrir les portes de son atelier au grand public et faire partager sa passion pour un savoir-faire traditionnel dans les domaines de l'agroalimentaire et des métiers d'art, telle est l'idée derrière les économusées.

C'est Cyril Simard qui a élaboré le concept dans sa thèse de doctorat en ethnologie avec dominante en arts et traditions populaires, présentée à l'Université Laval en 1986. Pendant 10 ans, il a étudié ce qui se faisait de mieux dans les musées de la planète, dans le but de créer des outils permettant de rentabiliser les entreprises culturelles. La solution ? transformer ces derniers en musées vivants, où l'on mise sur l'expérience humaine et où l'artisan entre en contact avec le client.

« Un économusée, c'est une manière de s'organiser pour que l'artisan vive de son patrimoine et de sa créativité, et que les clients repartent avec une émotion et un enrichissement personnel », explique l'architecte, designer et ethnologue natif de Charlevoix.

D'abord pensée pour assurer la survie de la papeterie artisanale Saint-Gilles, à Saint-Joseph-de-la-Rive, dans Charlevoix, en y attirant des touristes, la formule a rapidement séduit les artisans du Québec. À compter de 1992, meunier, viticulteur, taxidermiste, sculpteur sur sable et sur bois, fromager, joaillier, fumeur de poissons et autres entrepreneurs culturels ont emboîté le pas et formé la SRE.

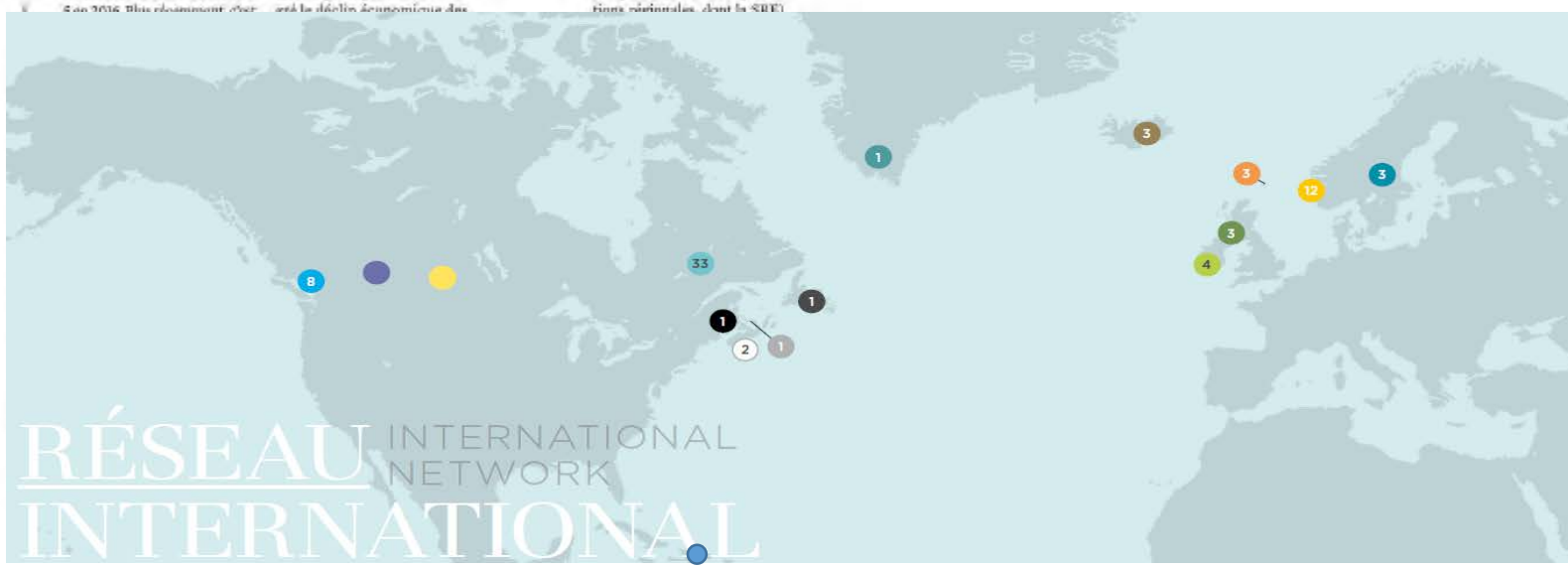
Au tournant des années 2000, les économusées se sont mis à rayonner dans les provinces de l'Atlantique, mais une mauvaise gestion a fait chuter le nombre de membres de 17 en 2010 à 6 en 2016. Plus récemment, c'est le coup. C'est dans la racine que l'on trouve l'identité », souligne Cyril Simard, qui a été le premier directeur de la chaire Unesco en patrimoine culturel de l'Université Laval.

Pour Pascale Knoglinger, directrice de projets à la Société de développement économique de la Colombie-Britannique, le modèle des économusées permet aux entreprises culturelles de se démarquer en offrant un produit touristique expérientiel. « Malgré le déclin économique des

De gauche à droite : l'économusée du pastel, en Charlevoix, celui de la confiturière, du pelletier-bottier et de la taxidermie, au Saguenay–Lac-Saint-Jean, et celui du saumon et du séchage, en Gaspésie.

mois et qu'il pourrait atteindre 20 d'ici cinq ans, selon elle.

Depuis 2008, 27 économusées ont vu le jour en Europe du Nord (Suède, Norvège, Islande, Irlande, Royaume-Uni, Danemark). D'ici 2018, 13 nouveaux établissements seront créés en Europe et cinq autres dans l'est du Canada grâce au programme international Craft Reach. Celui-ci investira 2,1 millions de dollars (dont 1,3 proviennent de l'Union européenne, le reste d'organisations régionales, dont la SRE)

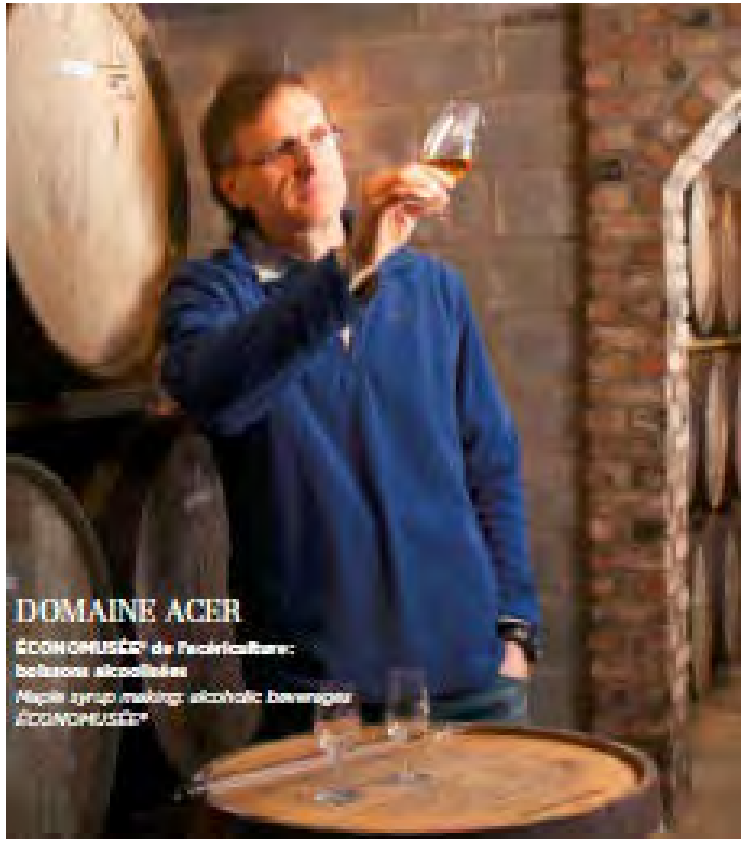


L'Actualité, Juin 2016

6. UN PRODUIT TOURISTIQUE TRIPLEMENT EXPORTABLE







LE QUÉBEC DANS LES VALISES ET DANS LES SOUVENIRS

Atikuss - Uashat - Côte-Nord



BOTTES DES L'ESPOIR

Confectionnées sur mesure par des autochtones canadiennes

PERSONNALISER MES BOTTES







Me joindre

M. Carl-Éric Guertin
Directeur général

SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE (SRÉ)
1040, bureau 100, avenue Belvédère
Québec (Québec) G1S 3G3

Téléphone : (418) 694-4466, poste 25
Courriel : ceguertin@economusees.com
www.economusee.com