



MÉMOIRE

Renouvellement de la politique
culturelle du Québec

« Notre culture, notre avenir »

Déposé auprès du
Ministère de la Culture et des
Communications du Québec

Par
Société du réseau ÉCONOMUSÉE® (SRÉ)

Québec, avril 2016



Artisans à l'œuvre
ÉCONOMUSÉE®



QU'EST-CE QU'UN ÉCONOMUSÉE?

Un ÉCONOMUSÉE®, c'est une entreprise œuvrant dans le secteur des métiers d'art ou de l'agroalimentaire qui utilise un savoir-faire authentique dans la fabrication de ses produits.

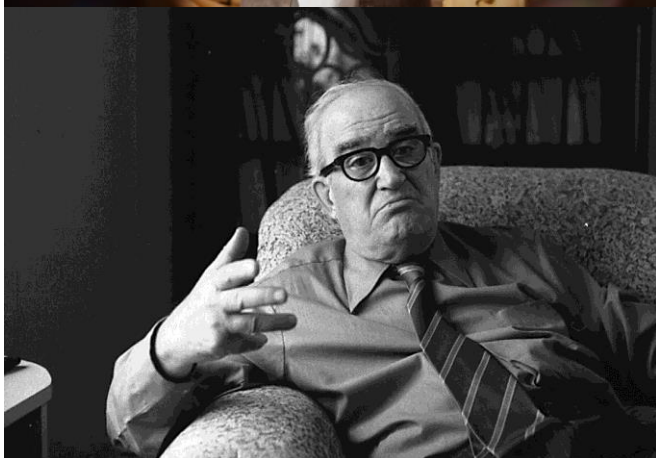
Un ÉCONOMUSÉE® met en valeur des artisans et leur métier. Il rend possible la rencontre avec l'artisan qui vous ouvre son atelier, vous transmet son savoir-faire et sa passion en plus de vous offrir des produits fabriqués sur place.

Un ÉCONOMUSÉE® permet à une entreprise de vous faire découvrir la culture locale et de contribuer de manière significative à la préservation du patrimoine culturel immatériel.

Pour devenir un ÉCONOMUSÉE, une entreprise est sélectionnée pour la qualité de sa production et son authenticité.

SOMMAIRE

Principes	Question 1	4
Thème 1	Question 4	7
	Question 5	9
Thème 2	Question 13	11
Thème 3	Question 20	12
Thème 4		13
Thème 6	Question 30	14
	Question 35	15
Thème 7		16
La Société du réseau ÉCONOMUSÉE® (SRÉ)		17



Les écomusées :

Des lieux de transmission du patrimoine immatériel

Des savoir-faire issus des métiers traditionnels

La réappropriation des savoir-faire patrimoniaux

c'est aussi :

Sauvegarder et mettre en valeur le patrimoine immobilier et mobilier

Garder en mémoire des personnages historiques

Le positionnement de la SRÉ et de ses membres dans l'espace culturel du Québec : La contribution des économusées au patrimoine culturel québécois

La Société du réseau ÉCONOMUSÉE®, qui regroupe artisans et entreprises artisanales au Québec, estime qu'elle occupe une place stratégique et joue, depuis presque 25 ans, un rôle actif, concret et déterminant dans l'espace culturel du Québec.

Les artisans - membres du réseau, qui ouvrent leurs portes à des visiteurs avides de connaissances, s'engagent en temps et en argent, chacun à leur manière, à faire connaître, transmettre leurs savoir-faire identitaires, promouvoir leurs créations, contribuant à assurer la diversité culturelle. Ils deviennent ainsi de véritables ambassadeurs de la culture québécoise. Ces artisans-es constituent des lieux phares incontournables pour le secteur touristico-culturel local, régional et provincial.

Ces entrepreneurs-es qui doivent composer avec un marché fluctuant et compétitif, se démarquent par toute l'importance qu'ils accordent à la mise en valeur des savoir-faire et savoir-être, témoins privilégiés du patrimoine immatériel, constituant essentiel de la culture québécoise.

Il est important de mentionner que plus de la moitié des membres sont des femmes – entrepreneuses, qui sont investies dans l'entreprise familiale, co-proprétaires ou associées (sœur, mère, père, conjoint) ou participent activement aux décisions de l'entreprise.

Les acquis

Depuis 1992, tous les membres du réseau ÉCONOMUSÉE®, anciens et actuels, sont reconnus dans leur domaine comme des entrepreneurs audacieux et des citoyens engagés qui s'impliquent afin de partager avec les personnes qui entrent chez eux, leur histoire, leur savoir et leur espoir. Leur motivation à implanter dans leur entreprise une visite de découverte structurée démontre leurs préoccupations d'offrir des produits reconnus pour leur grande qualité, mais aussi de livrer des messages porteurs de sens. En plus de devenir des lieux de médiation, de diffusion et de consommation de la culture, les membres de la SRÉ soutiennent et vont rayonner l'identité québécoise autant auprès des Québécois eux-mêmes que pour les touristes venant de l'extérieur du Québec.

Les nouveaux défis

Si l'avenir est porteur d'espoir, partout des artisans sont fragilisés, voire menacés, par la production industrielle à grande échelle. Les artisans offrent une production locale, de proximité, de qualité unique qui répond aux besoins des consommateurs avertis dans leurs choix de consommation. Par ailleurs, il est primordial de demeurer concurrentiel dans l'offre touristique-culturel et de conserver la qualité de l'expérience, intégrer les nouvelles pratiques culturelles, s'ouvrir sur l'autre sans se fermer sur soi, demeurer authentique sans se dénigrer, voilà autant de préoccupations qui ponctuent le quotidien. De plus, les entreprises artisanales doivent composer avec la concurrence des importations (asiatique, d'Amérique du Sud et d'Europe) et les grandes chaînes de distribution sans compter la problématique de la relève entrepreneuriale.



Louise Bousquet (Porcelaines Bousquet) et Denis Rochefort (RocheFort Maroquinier) deux exemples d'artisans qui font face à la compétition internationale avec des produits souvent de faible qualité et qui souhaitent pouvoir transmettre leur savoir-faire à une jeune relève.

Les grands principes

Plusieurs des grands principes proposés pour le fondement de la nouvelle politique culturelle trouvent une résonance significative dans les énoncés du mandat et de la raison d'être de la Société du réseau ÉCONOMUSÉE®(SRÉ).

Plus particulièrement, mentionnons celui de l'engagement renouvelé de l'état qui rejoint les préoccupations des membres de la SRÉ, ceux de son conseil d'administration et de sa direction. Ceux-ci croient fermement que l'État doit jouer un rôle déterminant dans la reconnaissance et l'appui qu'il doit accorder aux entreprises privées qui sont des moteurs économiques, et qui par leur implication participent activement à l'affirmation et au rayonnement de l'identité québécoise. Plus qu'un rôle de mécénat, les entrepreneurs apportent de plus en plus la culture comme une valeur ajoutée et rentable pour toute la collectivité.

Les thèmes

Plusieurs thèmes rejoignent les valeurs de la SRÉ et ses membres dont le thème 1. *La culture dans une perspective de développement durable - Produire au Québec pour assurer une vitalité économique.*

Les artisans sont de véritables créateurs de richesse en assurant la vitalité des communautés dans lesquelles ils sont situés. Ils contribuent à la dynamique de l'occupation du territoire en générant des emplois directs et indirects, en s'approvisionnant localement et en investissant régulièrement dans leurs infrastructures et leurs équipements. Les artisans représentent une véritable pépinière d'entrepreneurs-res. Ces modèles inspirants, qui sont devenus des fleurons, ont tous été au départ des artisans qu'ils s'agissent d'un Joseph-Armand Bombardier ou d'un Joseph Casavant. Pour la SRÉ, soutenir la passion des artisans en leur permettant de grandir grâce au modèle d'ÉCONOMUSÉE® facilite l'accès à la route difficile de l'entrepreneuriat et contribue à ne pas laisser dans l'oubli de grands succès économiques en devenir.

Les artisans portent, par leurs métiers, l'histoire, les traditions et, souvent, une partie de l'identité culturelle d'un village, d'une région, voire d'un pays. Il est, par sa capacité à préserver un patrimoine immatériel, un atout indispensable à la sauvegarde et à la promotion d'un savoir-faire identitaire, contribuant ainsi au rayonnement des cultures dans un monde globalisé. La perte d'un savoir-faire traditionnel, c'est affaiblir un patrimoine culturel.

THÈME 1. LA CULTURE DANS UNE PERSPECTIVE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

QUESTION 4- FAVORISER UNE APPROCHE GOUVERNEMENTALE TRANSVERSALE

La SRÉ souhaite qu'une stratégie transversale pour soutenir le patrimoine immatériel soit développée afin d'en assurer la promotion et une plus grande cohésion. **Un programme spécifique pourrait être envisagé par ou en partenariat entre le MCC, la SODEC et le CALQ pour soutenir les organisations œuvrant en patrimoine immatériel.**

Reconnaître la contribution des artisans en agroalimentaire et en métiers d'art dans le patrimoine culturel.

Le MCC doit tenir compte de l'importance de l'agroalimentaire comme patrimoine culturel en général et immatériel en particulier et de l'intérêt public des économusées de ce secteur. **Nous espérons que le MCC jette un regard neuf sur le domaine de l'agroalimentaire comme élément identitaire significatif et contributeur au patrimoine culturel québécois. À cet égard, la SRÉ s'avère un acteur de premier plan pour en faire la promotion.**

À cela le **MAPAQ** et le **ministère du tourisme** pourraient devenir des alliés de première importance pour tout ce qui touche la promotion de l'identité culinaire liées aux pratiques culturelles et à l'exploitation et la transformation des ressources naturelles régionales. L'histoire de la cuisine québécoise et des méthodes de productions artisanales confirment notre identité, tout en nous reliant avec les autres cultures. Il s'avère de plus en plus urgent que la reconnaissance passe par des désignations reconnues qui prendrait sa source de référence dans des activités liées au cycle calendaire (temps des sucres, cueillette des petits fruits, épiluchette de blé d'inde), à la ressource maritime (boucanage du hareng, morue à la Gaspésienne) ou au produit dont le fromage fabriqué avec le lait de vache canadienne.



(sirop d'érable, bleuets sauvages, plat de sagamité à base de blé d'inde)

Reconnaître la contribution des artisans en agroalimentaire et en métiers d'art dans la transmission des savoir-faire.

Certes, la transmission de pratiques passe en premier lieu par le maître à l'artisan ou du professeur à son apprenti, mais là ne s'arrête pas le transfert de connaissances professionnelles, culturelles et patrimoniales. D'autres avenues sont aussi possibles. Par ses actions, la SRÉ permet la transmission des savoir-faire par le contact direct entre l'artisan et son interlocuteur (visiteur, tourisme, consommateur, élève, etc.).

Les artisans ont des connaissances à livrer et à partager. Si, le savoir-faire désigne l'ensemble des compétences opérationnelles liées à l'exercice d'une profession ou d'un métier, il n'y a pas de compétences hors du contexte familial, social, territorial dans lequel elles s'exercent. Il faut donc tenir compte de la transmission sociale qui regroupe l'ensemble des procédés par lesquels des éléments de civilisation se répandent dans une communauté. L'expérience écomusée ne vise pas le transfert de connaissances, c'est-à-dire que le visiteur ne cherche pas acquérir une compétence professionnelle, mais elle lui permet assurément de repartir avec des produits empreintes de valeurs. Une tasse achetée chez Dollarama ne peut se comparer à celle façonnée aux Îles-de-la-Madeleine par les mains d'une potière qui les tournent une à une en expliquant *in situ* les étapes avec toute sa passion qui ne se dément pas avec les années.

QUESTION 5 – COMMENT ACCROÎTRE LES SYNERGIES ET LES PARTENARIATS ENTRE L'ADMINISTRATION ET LES AUTRES CATÉGORIES D'ACTEURS?

Un lien important doit s'établir entre les entreprises privées, reconnues comme des lieux de diffusion culturelle, implantées dans les diverses régions et regroupées en réseau qui sont incontestablement des acteurs locaux majeurs deviennent des interlocuteurs majeurs. Plusieurs des entreprises membres du réseau, assurent la pérennité et la vitalité d'éléments constituant de l'identité culturelle.

À l'heure où l'État québécois analyse ses différentes options afin de maximiser ses investissements qui génèrent le plus de retombées économiques, la SRÉ et ses membres artisans sont des partenaires de premier ordre sur le plan culturel. Il ne s'agit pas d'opposer les organisations sans but lucratif aux artisans entrepreneurs de notre réseau, mais il y a certainement matière à réflexion dans le rôle que peuvent jouer la SRÉ et ses artisans dans la mise en valeur du patrimoine culturel. Alors que l'es organisations sans but lucratif doivent se tourner vers le secteur privé pour soutenir la culture, nos artisans, qui sont de réelles entreprises culturelles privées, ne peuvent recevoir l'appui du MCC pour les aider au chapitre de la mise en valeur du patrimoine culturel. Nos membres ont besoin de ce soutien pour accomplir leur mandat de préservation et de mise en valeur du patrimoine que leur confère leur statut d'économusée. Le rôle du MCC pourrait s'étendre afin d'intervenir et d'appuyer le réseau dans ses actions afin qu'il continue d'assumer pleinement son rôle de promoteur et de diffuseur du patrimoine culturel.

Pour plusieurs organismes avec lesquels la SRÉ a établi des partenariats, dont le Conseil québécois du patrimoine vivant (CQPV), le réseau des économusées représente une initiative de maillage exemplaire entre la culture, le patrimoine immatériel, l'entreprise privée, le tourisme, les milieux scolaires et la société civile. Ils déplorent que la Société qui pilote ce réseau original et structurant d'entreprises d'artisans et de petits producteurs agroalimentaires, qui possède des ramifications dans divers pays, peine à recevoir le soutien qu'elle mérite pour son apport au patrimoine immatériel, à l'instar de plusieurs autres organismes importants pour le milieu culturel et pour le Québec. De plus, la SRÉ a récemment signé un protocole d'entente avec Tourisme Autochtone Québec celle-ci estime que le modèle ÉCONOMUSÉE est porteur de sens pour mettre en valeur la culture autochtone.

THÈME 2. L'ÉVOLUTION DES DOMAINES DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATION ET LA PLACE DES CRÉATEURS DANS UN ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE EN TRANSFORMATION.

QUESTION 10 – QUELLES NOUVELLES STRATÉGIES DEVRAIT-ON METTRE EN PLACE AFIN QUE LA CONSERVATION DU PATRIMOINE, L'ARCHÉOLOGIE, L'URBANISME ET LA QUALITÉ ARCHITECTURALE S'INSCRIVENT D'AVANTAGE EN RELATION AVEC L'OCCUPATION ET L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE?

Plusieurs écomusées sont associés à des biens patrimoniaux – immeubles et objets – ainsi qu'à des personnages historiques. Certains écomusées sont porteurs de savoir-faire et de pratiques culturelles qui pourraient éventuellement être inventoriés, voire faire l'objet d'une désignation ministérielle comme éléments du patrimoine immatériel. Les écomusées serviraient alors de vitrine et de lieux inestimables pour diffuser le patrimoine immatériel inventorié ou désigné, favorisant notamment l'appropriation citoyenne de ces initiatives ministérielles. Ils donneront ainsi accès à des lieux riches en histoire, supporté par l'entreprise privée et non par l'État.



Un exemple concret

Que serait devenu le dernier fumoir encore en activité aux Îles-de-la-Madeleine s'il n'y avait pas eu une entreprise familiale pour le préserver et un écomusée qui génère des revenus pour le maintenir en état et en activité ?

Fumoir d'antan
ÉCOMUSÉE® du boucanage
Famille Arsenault
Troisième génération d'entrepreneurs



QUESTION 13 – AUTRE : LA RELÈVE EN MÉTIERS D'ART

La question de la transmission est restrictive au sens de la loi et pourrait nuire à la mise en valeur ou à la sauvegarde de certains éléments du patrimoine immatériel. En effet, en se limitant au cadre de la loi, une entreprise, qui pourtant en respecte l'esprit, pourrait être exclue de toute forme d'appui sur la simple base que l'élément transmission est inexistant. Par conséquent, des porteurs de traditions bien « vivants » dont le savoir-faire et les connaissances sont reconnus de leurs pairs et dans leur communauté risqueraient de se retrouver dans une situation plus que précaire. Au contraire, en étant intégrées dans la grande famille du patrimoine immatériel, ces entreprises bénéficieraient de mécanismes pouvant les aider dans leur recherche de solutions. Et parmi ces solutions figure sans contredit la formation de la relève. Et cette tâche se prépare sur une longue période et nécessite temps et énergie, et soutien financier. À titre d'exemple, mentionnons le cas d'un forgeron et de son atelier doté d'équipements centenaires qui risquent d'être perdus, faute de relève.

Cette restriction affecte plus particulièrement les entreprises en métier d'art qui sont les principales victimes. Il s'agit d'artisans autodidactes, qui ont perfectionné leurs techniques au fil de leurs expériences, ou encore acquis leur savoir-faire au terme d'un cheminement scolaire. Leur savoir-faire ne s'inscrit pas en mode transmission tel qu'interprété par le MCC. Parce qu'ils ne pourraient être considérés comme des représentants du patrimoine immatériel, le soutien dont ils ont cruellement besoin leur échappe.

La SRÉ constate que dans son membership en métiers d'art, la presque totalité fait face à une problématique de relève. Il n'est donc pas rare de voir plusieurs entreprises fermer leur porte. Une telle disparition entraîne une perte sur les plans culturel et économique. Pour illustrer cette situation, le Conseil des métiers d'art du Québec estime que sur près de 1000 membres 41% ont plus de 55 ans et ce pourcentage grimpe à 64% si l'on inclut la tranche des 45-55 ans. Il faut donc commencer sérieusement à se pencher sur le renouvellement dans le secteur des métiers d'art pour assurer la pérennité de pratiques culturelles.

THÈME 3. LE RAPPORT DU CITOYEN À LA CULTURE

QUESTION 20 – UN RÉSEAU D'ÉQUIPEMENTS CULTURELS POUR JOINDRE D'AVANTAGE LES CITOYENS ET MIEUX EXPLOITER LES LIEUX IMPORTANTS DANS LA VITALITÉ DES COMMUNAUTÉS

Certes, le jeune est en rapport constant avec le numérique, mais de plus en plus éloigné du réel et du concret. Son rapport avec la culture ne doit pas seulement se limiter au virtuel mais au réel. La carotte ne pousse pas à l'épicerie et le lait ne vient pas en carton d'un litre.

Les artisans du réseau valorisent un contact privilégié avec les savoir-faire et les pratiques artisanales en agroalimentaire et en métiers d'art. À travers cet échange privilégié, le visiteur, peu importe son âge, qu'il soit urbain ou citadin, n'est plus un acteur passif, mais un citoyen amené à se regarder, à regarder l'autre, à remettre en question des idées reçues et à revoir ses perceptions. Il participe à une expérience. L'économusée devient donc un espace d'apprentissage, d'expérience ludique, d'expression et d'affirmation de soi, de mise en contact avec l'autre et d'implication de manière constructive et surtout servir de trait d'union entre les générations.



THÈME 4. LA LANGUE FRANÇAISE ET LA DIVERSITÉ ETHNOCULTURELLE

Depuis plusieurs siècles, la culture en territoire nord-américain se développe et se transforme au gré des divers apports culturels. Elle demeure vivante parce que tout en ayant une assise commune, qui s'est forgée au cours des années, les Québécois-ses intègrent et font leurs d'autres éléments identitaires. Cette culture repose sur la vitalité de la langue française.

Par son approche proactive avec divers partenaires qui occupent une place de choix dans l'arène économique, culturelle et touristique dont RDÉE Canada, la SRÉ assure une présence et rayonnement français dans d'autres provinces canadiennes.

En effet, RDÉE Canada, organisme national à but non lucratif travaille à l'épanouissement et au développement économique des communautés francophones en situation minoritaire est présent dans toutes les provinces et tous les territoires. Ce réseau national contribue à développer des communautés francophones et acadiennes économiquement fortes et rayonnantes dans leur environnement, en les aidant à relever les défis et à saisir pleinement les occasions d'affaires et d'employabilité qui s'offrent à elles. Reconnu pour son expertise, ce vaste réseau tire sa force du fait que les parties prenantes sont directement issues de la communauté. Ces gens d'affaires de divers horizons veillent à créer les conditions propices à la mise en place d'une économie solide et durable.

Ensemble la SRÉ et divers organismes de Rdée Canada veulent servir d'appui aux diverses communautés francophones et acadiennes, favoriser l'utilisation du français avec des entreprises francophones, mais aussi anglophones dont les artisans sont souvent issus de l'immigration. L'objectif est d'établir des ponts entre les diverses communautés d'artisans qui veulent partager leur savoir et leur passion avec les Québécois par l'outil par excellence : le français.

THÈME 6. L'ACTION INTERNATIONALE ET LES RELATIONS INTERGOUVERNEMENTALES

QUESTION 30- PAR DES ENTENTES AVEC DES ORGANISMES QUI SONT AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, TOURISTIQUE ET CULTURELLE

Un rayonnement international pour le Québec

Un peu partout dans le monde, le modèle des économusées attire et intéresse les acteurs de développement économique, touristique ou culturel comme un moyen de mettre en valeur leur propre identité culturelle. Ce rayonnement et cette reconnaissance d'une expertise qui s'exportent sur la scène internationale ouvrent une vitrine sur le talent et le savoir-faire québécois. Ainsi depuis 2008, la SRÉ entretient des relations soutenues avec la Communauté européenne via divers partenaires européens afin d'implanter le concept ÉCONOMUSÉE® aux îles Féroé, en Irlande, Irlande du Nord, Islande, Groenland, Suède et en Norvège. Selon nos projections, le réseau international devrait compter 100 économusées d'ici trois ans. Il s'agit d'une source de fierté car la SRÉ, qui est devenue une société internationale dont le siège social est à Québec, de plus elle s'assure que l'appellation ÉCONOMUSÉE est exclusivement utilisée en français peu importe le pays qui implante le concept, tel que stipulé dans son *Guide de l'utilisation de la marque*.

De plus, dans le *Rapport sur l'avenir du réseau muséal* (2013 :156) recommande de soutenir financièrement la SRÉ dans son axe de promotion à l'étranger.

Recommandation 60

POLITIQUE INTERNATIONALE DU QUÉBEC

LE GROUPE DE TRAVAIL RECOMMANDE au ministre de la Culture et des Communications :

Que la politique internationale du Québec, dont l'axe 4 préconise le « [r]ayonnement du Québec et de la culture québécoise à l'étranger », prenne appui sur la production muséologique québécoise et l'excellence de ses réalisations tant dans les grands centres qu'en région;

Que le prochain plan d'action (2014-2017) affecte des crédits nouveaux de 250 000 \$ destinés au secteur muséal et que ce plan :

1. Soutienne l'accueil d'expositions internationales présentées dans les régions au Québec ainsi que celles destinées à l'exportation;

2. Encourage la promotion de l'expertise québécoise en muséologie;

3. Soutienne la promotion du leadership québécois en matière d'activités des économusées;

4. Assure une présence du Québec dans le réseau international des manifestations muséologiques.



La SRÉ poursuit son développement international et a entrepris pour ce faire des missions exploratoires en Tunisie et à Haïti qui devraient déboucher sur l'implantation du concept dans un très proche avenir.

QUESTION 35- QUELLE RÔLE DOIT JOUER LE QUÉBEC POUR ACCROÎTRE LA PLACE DE LA CULTURE AU SEIN DU RÉSEAU DE LA FRANCOPHONIE?

Le Québec doit jouer le rôle de fer de lance dans l'affirmation et la reconnaissance du fait français en Amérique. Il doit raffermir les liens à travers des organismes ou institutions qui œuvrent déjà dans les différentes communautés francophones canadiennes. Il doit ainsi assister, accompagner et être présent via des organismes québécois, dont la SRÉ, qui entretiennent déjà des collaborations fructueuses et harmonieuses avec divers intervenants.

La Francophonie se déclinant au pluriel, le Québec doit supporter les organismes qui s'activent à l'étranger, non pas pour imposer une manière de faire, mais bien pour partager une manière d'être qui a fait ses preuves et qui peut apporter une solution de mise en valeur de la culture propre à chacune des communautés. Il faut développer des réseaux qui comprennent les francophones, mais qui impliquent aussi des artisans qui partagent les mêmes valeurs dont celles d'offrir un produit de qualité, fait sur place peu importe le lieu géographique, de communiquer la passion en français ou traduit en français.

Un « patrimoine qui gagne sa vie » est l'expression utilisée par la SRÉ pour démontrer que ses artisans mettent en valeur notre patrimoine québécois tout en générant une activité économique leur permettant de vivre de leur métier, et ce, à l'instar des musiciens, conteurs, danseurs qui s'inscrivent dans le patrimoine immatériel. **Dans ce sens, il ne devrait pas y avoir de distinction entre la SRÉ et les organisations des autres secteurs du patrimoine immatériel.**

Les économusées possèdent des éléments de la définition du patrimoine immatériel, qu'ils s'agissent de savoir-faire transmis de génération, dont l'un depuis 1667 avec la onzième génération une famille sur le même terre depuis la colonisation. Mais le point commun qui les unit se situe à un autre niveau. Plusieurs artisans membres de la SRÉ sont des précurseurs dans la réappropriation de savoir-faire patrimoniaux qui contribuent à définir l'identité québécoise. Ils ont su redéfinir des produits d'usage et de consommation issus d'un héritage domestique pour répondre aux nouvelles exigences des consommateurs québécois et étrangers, qui sont de plus en plus à la recherche de produits fabriqués par des artisans, issus des terroirs, dont l'origine des intrants est connue et qui témoignent d'une authenticité. Ce faisant, ils sont l'incarnation de cette capacité d'adaptation sur laquelle repose les éléments du patrimoine immatériel. Les premiers arrivants ont apportés leurs pratiques, contraints d'intégrer de nouvelles réalités et ont développés de nouvelles manières de faire. En outre, en étant adaptés à leur temps, ces économusées deviennent des acteurs importants pour renforcer la vitalité de leur communauté.

La Société du réseau ÉCONOMUSÉE® (SRÉ)

La Société du réseau ÉCONOMUSÉE® (SRÉ), société à but non lucratif, a pour mission première d'exploiter le plein potentiel du concept ÉCONOMUSÉE® au Québec et ailleurs dans le monde. Ce concept innovateur, créé au Québec, permet aux artisans et aux entreprises à caractère artisanal de mettre en valeur et de transmettre *in situ* leurs métiers et leurs savoir-faire inspirés de la tradition afin d'offrir au public un produit culturel et touristique de qualité.

Depuis 1992, la SRÉ travaille en étroite collaboration avec des entreprises enracinées dans leur communauté, soucieuses de préserver et mettre en valeur les traditions québécoises. Ce travail s'inscrit dans une optique de développement durable en créant des emplois, en fournissant un produit touristique à forte valeur ajoutée, en répondant au besoin de traçabilité des produits et en faisant la promotion de produits locaux. Ainsi, le visiteur est à même de comprendre la valeur du produit artisanal en observant et en échangeant avec l'artisan sur le processus de fabrication et, par le fait même, d'apprécier la valeur du patrimoine préservé.

L'apport de la SRÉ se traduit d'abord dans les conseils qu'elle prodigue tant au point de vue de la transformation de l'entreprise que de la mise en valeur de sa production pour devenir ÉCONOMUSÉE et par la suite dans des activités de soutien (formation, promotion, conseils, etc.). Devenue une société internationale, la SRÉ travaille de concert avec de nombreux partenaires partageant un objectif primordial, soit la perpétuation des métiers et des savoir-faire traditionnels dans les domaines des métiers d'art et de l'agroalimentaire.

La SRÉ se déploie à l'échelle internationale par la création de sociétés partenaires ayant un statut officiel qui développent leur réseau respectif d'ÉCONOMUSÉE® tout en respectant la nature du concept.



NOUS JOINDRE

CARL-ÉRIC GUERTIN
Directeur général

SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE® (SRÉ)
Maison Louis-S.-Saint-Laurent
203, Grande Allée Est
Québec (Québec) G1R 2H3 CANADA

Téléphone : (418) 694-4466, poste 25
TÉlécopieur : (418) 694-4410
Courriel : ceguertin@economusees.com
Site : www.economusee.com



Artisans à l'œuvre
ÉCONOMUSÉE®