

## Le patrimoine Une ressource à développer

Cyril Simard

---

Numéro 63, hiver 1995

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/17297ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (imprimé)

1923-2543 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer cet article

Simard, C. (1995). Le patrimoine : une ressource à développer. *Continuité*, (63), 54–55.

## Le patrimoine : une ressource à développer

PAR CYRIL SIMARD

Dans la salle d'accueil de la Papeterie Saint-Gilles, à Saint-Joseph-de-la-Rive, on peut lire cette phrase de Félix-Antoine Savard écrite en 1961 : « Je voudrais bien préciser ce que nous entendons par musée. C'est un grand mot qui a besoin d'être épousseté. Je voudrais définir ce que j'entends par un musée d'art populaire et ce que nous voulons en faire : un centre vivant et un foyer d'éducation. »

À cette époque et bien avant, Savard voulait, avec Barbeau et Lacourcière, tous trois fondateurs des Archives de folklore de l'Université Laval, prolonger la mémoire de notre culture matérielle par la création d'un musée d'arts et traditions populaires.

À cette époque encore, les musées étaient presque exclusivement « occupés » à conserver et à entreposer les objets du passé. D'ailleurs, selon l'esprit du temps, et en retraçant l'histoire de la Commission des monuments et sites du Québec, créée en 1922, il s'agissait, en matière de patrimoine, de protéger ce que l'on dénommait les « reliques » du passé.

### Une vision englobante

Avec le temps, la notion de patrimoine s'est modifiée. Elle s'est élargie pour ajou-

ter au seul patrimoine bâti les patrimoines mobiliers, puis immobiliers, les contes et légendes, le patrimoine maritime, agricole, religieux, archéologique, ethnologique, etc. Plus récemment, la conservation dans des domaines intangibles comme les savoirs et les savoir-faire est devenue l'objet d'une attention à caractère d'urgence, l'Unesco s'y intéressant de plus en plus, au sein de l'ICOM et de l'ICOMOS.

Au-delà des pierres, on s'est aperçu que la disparition des métiers traditionnels et de ses savoir-faire allait entraî-

ner une totale dépersonnalisation de nos territoires et de nos localités, la banalisation des lieux et, par voie de conséquence, la perte d'emploi dans les petites entreprises, l'uniformisation des réseaux touristiques, et bien d'autres affaiblissements du genre. À bien observer, toutes ces traditions font partie de ce qu'on pourrait appeler « le refuge de l'identité », là où se retrouvent les caractéristiques du passé et les traces essentielles pour connaître et comprendre l'histoire de tous les pays. Selon notre vision du monde, le patrimoine devient alors une ressource qui peut ou non s'inscrire dans le développement durable.

Depuis toujours, cette ressource inestimable a été traitée de trois façons différentes.

Premièrement, on s'est abstenu d'intervenir ou on a fait de mauvais choix en regard de la conservation de notre patrimoine. Les deux attitudes mènent à la destruction de l'identité du territoire et des localités. La non-revitalisation des centres-villes, l'abandon des monuments et sites historiques, le mépris envers les savoir-faire traditionnels sont des exemples de cette dégénérescence (on n'a qu'à penser au quartier Saint-Roch et à l'autoroute Dufferin à Québec). Les planteurs de néon et d'architecture à la mode font partie de cette catégorie.

Deuxièmement, on a adopté une attitude « traditionaliste » excessive, où la conservation pour elle-même ne laisse aucune place pour le développement et les idées nouvelles.

Trop souvent, les collections deviennent une fin en soi, d'où le contact avec un public restreint et très spécialisé. Dans le domaine de la production, cette attitude mène à la copie et au mimétisme. Les copies de meubles d'ici et un certain engouement pour des meubles soi-disant « espagnols », par exemple, expliquent en partie la fermeture de nombreuses usines de meubles dans la région de Victoriaville. Notre difficulté à trouver de nouvelles fonctions pour les édifices religieux et conventuels témoigne aussi de nos concepts frileux à cet égard. Une troisième attitude consiste à appréhender le patrimoine avec des réflexes d'entrepreneurship, le con-

### Que contient un économusée ?

#### Un espace d'accueil

L'économusée rend hommage à ses créateurs, à leurs traditions et à leur savoir-faire.

#### Des ateliers de production

L'économusée présente ses artisans au travail perpétuant des gestes anciens tout en réalisant des produits contemporains.

#### Un centre d'interprétation de la production traditionnelle

L'économusée collectionne des objets de civilisation propres au milieu où il est implanté et explique leurs procédés de fabrication à travers le temps.

#### Une collection de créations actuelles

L'économusée présente aussi, pour exprimer notre modernité, les œuvres des créateurs contemporains les plus innovateurs.

#### Un centre d'archives et de documentation

L'économusée conserve un fonds documentaire sur l'entreprise, ses recherches et ses réalisations.

#### Une galerie-boutique

L'économusée vend sur place les produits fabriqués dans son entreprise par ses artisans de métier et ses concepteurs.



À la Papeterie Saint-Gilles de Saint-Joseph-de-la-Rive, on fabrique du papier fin selon une technique du XVII<sup>e</sup> siècle.

sidérant comme une ressource créative, comme un agent de développement. Le patrimoine n'est plus seulement objet de contemplation, mais source utile d'inspiration pour s'exprimer. En conservant le meilleur de cette tradition et en l'adaptant au présent par des habiles insertions, on peut créer un patrimoine qui « gagne sa vie ». C'est ce qui se produit, par exemple, lorsqu'on revitalise des bâtiments anciens, tels la Dominion Corset dans le quartier Saint-Roch, le Capitole et les maisons de la côte d'Abraham (projet Méduse) à Québec. Ou encore lorsque Bombardier répond directement aux contraintes du territoire en créant la motoneige, traduisant du coup l'accord avec le territoire plutôt que de souligner le contraste et la différence avec l'environnement. Ce qui prouve bien qu'« il faut être de quelque part pour être du Monde » !

### Une approche entrepreneuriale : l'économuséologie

Parmi les nombreuses solutions aux problèmes que connaît le patrimoine, une nous paraît particulièrement porteuse d'avenir : l'économuséologie. Selon

l'état actuel des travaux, cette nouvelle alliance *joint venture* entre une petite entreprise artisanale et un petit centre d'interprétation de la production a toutes les chances de réussir si elle sait progresser en sachant s'ajuster aux impératifs et aux perspectives d'une réalité en mouvement.

Les trois objectifs visés par le concept sont bien connus, ce sont l'autofinancement par la production, une production issue des savoir-faire du territoire et le développement d'un tourisme culturel et scientifique de qualité.

L'économuséologie rejoint les valeurs fondamentales de l'entrepreneurship actuel. Comment ? Sur le plan de l'autonomie, elle permet de créer un patrimoine qui « gagne sa vie » par l'autofinancement grâce à la vente des produits, d'où la fin des subventions récurrentes au fonctionnement. Elle fournit des emplois durables qui correspondent aux goûts et aux aptitudes personnelles et familiales, et offre par conséquent une possibilité de recyclage de la main-d'œuvre locale à des coûts abordables.

Sur le plan de la responsabilisation, elle permet de

développer une pédagogie où faire le maximum avec des ressources limitées est une vertu. En adoptant les principes mis de l'avant par Shoemaker dans son livre *Small is Beautiful*, l'économuséologie préconise une méthodologie et une approche axées sur l'essentiel en ce qui a trait à la gestion, aux modifications à apporter aux bâtiments, aux études relatives aux produits et à leur mise en valeur mais aussi à l'idée qu'on se fait d'être entrepreneur responsable de la ressource.

Elle stimule en outre la créativité en favorisant l'émergence de nouveaux produits issus du partenariat en recherches appliquées entre la Fondation des économusées du Québec, les entreprises, les universités et les coproducteurs artisans-designers.

Finalement, le développement d'un réseau et d'un maillage entre économusées de différentes régions et différents produits renforce le sentiment de solidarité.

### Vers un produit identitaire

La Fondation des économusées du Québec est fière de contribuer au développement de produits dont l'identité est proprement québécoise. Elle mettra donc à profit la main-d'œuvre expérimentée, là où elle réside, par la création d'un esprit d'appartenance transmis à travers un réseau voué au développement d'un tourisme culturel et scientifique de qualité. Par surcroît, la publication en portugais de

l'ouvrage de base sur l'économuséologie par l'Université de Lisbonne en avril prochain est le présage de possibilités de diffusion de l'expertise au niveau international.

Texte extrait de la conférence prononcée par Cyril Simard, président de la Fondation des économusées du Québec, lors du colloque « Entreprendre ensemble : pour des emplois et des localités vivantes ». Ce colloque a été organisé par la Fondation de l'entrepreneurship et s'est tenu à Québec les 1<sup>er</sup> et 2 février 1995.

### L'économuséologie en bref

Une fondation permanente, la Fondation des économusées du Québec, a été créée par le milieu des affaires grâce au support financier de grandes entreprises québécoises, au soutien technique et physique des universités Laval et de Montréal et en collaboration avec les gouvernements locaux, provincial et fédéral.

Un premier réseau dans la grande région de Québec est composé de huit économusées déjà en opération, de deux qui sont en construction et de trois dont la réalisation est projetée. On prévoit la création d'un tel réseau dans la grande région de Montréal.

La production des économusées est diversifiée : papier, bois, miel, laine, prune, verre, fromage, accordéon, bronze, etc. Plus de 300 000 personnes ont visité les économusées en opération en 1994.

Pour information :

Fondation des économusées du Québec

Pavillon Félix-Antoine-Savard, local 1620, Université Laval, Sainte-Foy (Québec), G1K 7P4  
Téléphone et télécopieur : (418) 656-2625