
Le réseau des entreprises ÉCONOMUSÉE®

Un monde à découvrir

Marcel Lafrance ing.¹

Un chaînon intéressant à mieux connaître

À l'été 2000, *Organisations & territoires* publiait un article de Pierre-André Julien intitulé «Les conditions d'un entrepreneuriat dynamique en région». Cet article mérite d'être gardé à portée de main. Il y est fait référence à l'évolution de nombreuses PME qui, au Québec, ont su miser sur l'information, l'innovation et le réseautage ce qui leur aura permis de rendre «*les entrepreneurs plus optimistes, plus enthousiastes et donc plus aventuriers pour se lancer dans de nouveaux projets... en réussissant à diminuer l'incertitude et ainsi à multiplier l'innovation et, en complément, à accentuer le dynamisme régional*».

Plusieurs des idées développées par Monsieur Julien dans cet article s'appliquent à un réseau d'entreprises bien particulier, le RÉSEAU DES ENTREPRISES ÉCONOMUSÉE® (depuis l'an 2000, enregistré sous l'appellation Société internationale des entreprises ÉCONOMUSÉE®). Un chaînon intéressant à mieux connaître en raison de la particularité à la base de ce réseau c'est-à-dire le type d'*entrepreneurs* qui le composent - *des artisans*. Il est fascinant de suivre son évolution au travers du Québec et des provinces Maritimes et de plus, voir la possibilité de l'étendre à travers tout le Canada. En écrivant cet article, j'ai voulu amener plus de gens à mieux connaître ces entrepreneurs et, partant, à aider ces derniers à mieux réussir en rayonnant davantage. J'ai aussi voulu interpeller d'autres artisans en leur faisant voir la force du réseautage et enfin, tenter de démontrer que ces entreprises jouent déjà un rôle important dans le développement des régions où elles existent.

Un chaînon intéressant à mieux connaître en raison de la particularité à la base de ce réseau c'est-à-dire le type d'*entrepreneurs* qui le composent - *des artisans*.

Un monde à découvrir

«Quelle belle découverte!» m'a dit un ami qui revenait d'un voyage avec sa famille dans le bas du fleuve en juillet 2002. Je lui avais donné de l'information sur les endroits où il pourrait croiser des entreprises ÉCONOMUSÉE® lors de son périple. «Nous avons été charmés par le contact chaleureux lors de l'accueil et par l'animation que nous avons découverte dans les trois ateliers que nous avons visités; nous avons beaucoup appris dans une atmosphère détendue et, ce qui ne gâte pas les choses, nous avons acheté plusieurs cadeaux originaux et de qualité que nous distribuerons au prochain Noël». Si j'ai pu conseiller cet ami, c'est que j'ai eu le plaisir de suivre l'évolution de ce réseau depuis presque le début en 1992 et surtout de tomber sous le charme du président de cet organisme, Cyril Simard, qui s'emballe et nous emballe lorsqu'il parle de tous les artisans qui se regroupent dans son organisme.

On reviendra sur les détails mais disons tout de suite qu'une entreprise ÉCONOMUSÉE®, ce n'est pas seulement une marque de commerce enregistrée, bien que ce signe soit important mais, c'est surtout une entreprise de production artisanale qui s'engage à respecter un haut niveau de qualité tout en transmettant son savoir-faire authentique à tous les visiteurs qu'elle reçoit.

On reviendra sur les détails mais disons tout de suite qu'une entreprise ÉCONOMUSÉE®, ce n'est pas seulement une marque de commerce enregistrée, bien que ce signe soit important mais, c'est surtout une entreprise de production artisanale qui s'engage à respecter un haut niveau de qualité tout en transmettant son savoir-faire authentique à tous les visiteurs qu'elle reçoit. Le visiteur

qui se rend dans un de ces ateliers/musées a la chance de vivre au rythme de l'artisan qui anime et interprète toutes les phases de sa création. Le visiteur se sent vite interpellé et a souvent l'impression d'être partie prenante. En fin de parcours, lorsqu'il décide d'acheter une pièce, il la voit d'un angle différent car elle dégage souvent une vibration spéciale transmise inconsciemment par l'artiste qui l'a créée devant lui. Dans les faits, un lien s'est établi et le souvenir de la visite revient souvent quand il revoit ou se sert de l'article acquis.

Artisans, artistes ou entrepreneurs

Dans la vie de tous les jours, j'ai souvent de la difficulté avec la sémantique où, en voulant être très précis, j'ai l'impression de ne pas exprimer vraiment toute l'étendue d'une idée. Larousse dit que l'artisan est « *un travailleur qui exerce à son compte un métier manuel à caractère traditionnel* » alors qu'il décrit l'artiste comme « *une personne qui pratique un des beaux-arts ou un art* ». Quand j'ai vu l'artisan Tommy Zen créer dans son atelier de la rue Papineau à Montréal des pièces en céramique en empruntant des techniques imaginées dans la Chine ancienne ou apprises des anciens vénitiens, j'ai vu là un artisan/artiste. Quand j'ai découvert en même temps toute l'organisation et les investissements requis pour monter son entreprise suivant les exigences du réseau, j'ai reconnu l'entrepreneur. Artisan, artiste, entrepreneur, oui, tout cela est compatible dans ce réseau et, pour s'en convaincre, on n'a qu'à relire la description de l'entrepreneur-type qu'a donné Paul-Arthur Fortin dans son « Devenez Entrepreneur » quand il écrit entre autres qu'un entrepreneur est quelqu'un qui relève un défi, réalise un rêve, découvre un lieu, innove ou améliore un produit existant tout en obtenant une autonomie financière - après avoir obtenu une certaine source de financement - tout cela en collaborant à l'essor économique de sa région.

Sous un même toit

Gestion, travail de qualité, accueil et animation, information et interprétation, vente ou, dit autrement : administration, pédagogie et économie dans un même lieu chaleureux. C'est tout cela une entreprise ÉCONOMUSÉE®.

Gestion, travail de qualité, accueil et animation, information et interprétation, vente ou, dit autrement : administra-

tion, pédagogie et économie dans un même lieu chaleureux. C'est tout cela une entreprise ÉCONOMUSÉE®.

On parle donc de la fabrication devant public de produits culturels traditionnels et utiles par un artisan qui informe lui-même ses visiteurs sur son entreprise et ses produits en expliquant leurs caractéristiques et les techniques qu'il emploie, mieux encore, il leur en fait la démonstration. Son public comprend mieux la valeur de l'œuvre produite et en l'achetant, sait qu'il contribue à perpétuer une culture tout en permettant à son créateur d'atteindre l'autofinancement.

Un patrimoine qui gagne sa vie, une mission valorisante

« Un patrimoine qui gagne sa vie ». Quelle belle expression retrouvée dans les documents du Réseau ! Et aussi quelle mission ! Oui, quelle mission de vouloir préserver le patrimoine immatériel, préserver des témoins matériels et cela, en permettant à de nombreux individus de devenir et de rester autonomes tout en satisfaisant leurs désirs de créer.

« Un patrimoine qui gagne sa vie ». Quelle belle expression retrouvée dans les documents du Réseau ! Et aussi quelle mission !

Le développement régional, parlons-en

Le réseau est vaste car il regroupe actuellement 36 entreprises toutes différentes, aucune d'elles n'œuvrant dans le même secteur qu'un autre du groupe, chacune d'elles étant localisée dans son milieu logique où « les produits proposés font partie de la culture des gens » comme l'explique Monsieur Simard. Partout on essaie de transmettre la même passion d'un métier traditionnel bien fait, que ce soit dans la première de toutes les entreprises du groupe, la *Papeterie Saint-Gilles* où on fabrique des papiers fins comme on le faisait au XVII^e siècle dans un lieu très pittoresque, à Saint-Joseph-de-la-Rive dans Charlevoix, ou dans la plus jeune ayant pignon sur rue à Montréal, *Les Brodeuses*, inaugurée en septembre dernier juste après *Raspberry Bay Stone* en Nouvelle-Écosse où on peut voir à l'œuvre selon des techniques anciennes un graveur et sculpteur de pierres naturelles.

Le réseau, c'est plus de 300 personnes qui œuvrent dans 14 régions, toujours avec des métiers et savoir-faire diffé-

rents et qui aura accueilli quelques 850,000 visiteurs l'année dernière. Il suffit de jeter un coup d'œil sur la carte du réseau (figure 1) pour voir son étendue et de consulter la liste des entreprises par région et par spécialité pour saisir sa diversité (tableau 1).

Toutes nos villes, toutes nos régions ont besoin d'attractions originales, grands centres industriels ou secteurs culturels et touristiques. Le Réseau exerce une force d'attraction non négligeable déjà en plusieurs endroits et le deviendra davantage. Mieux il sera connu et plus il sera diversifié tout en demeurant accessible.

Le réseau offre et donne

Sans entrer dans les détails, il importe de dire que l'organisation du Réseau apporte une aide financière à l'artisan pour la transformation de son entreprise en ÉCONOMUSÉE® mais l'aide réelle va beaucoup plus loin encore.

L'organisme a récolté au cours des ans de l'expertise dans bien des domaines et peut se targuer de pouvoir aider ses membres par des conseils adaptés en aménagement et en gestion, de même qu'à les assister dans la recherche de financement.

Une rencontre annuelle de tous les membres et quelques rencontres régionales permettent de compléter la transmission d'informations utiles véhiculées par la publication de deux bulletins internes mensuels « Info-Réseau » et le « En un mot » du P.D.G., ainsi que la publication trimestrielle « Savoir-faire et Faire Savoir », destinée au public et aux intervenants touristiques.

L'organisme déploie beaucoup d'énergie pour découvrir et organiser de nombreuses activités de promotion (entrevues, expositions, représentations...), conscient que la connaissance de ses membres par un vaste public local ou touristique est une condition essentielle pour valoriser le concept et, par le fait même, augmenter l'achalandage et la demande des produits.

On convient facilement que beaucoup de dépenses communes comme les pamphlets publicitaires, le site Internet (plus de 150 pages en anglais et en français - www.economusees.com) et certains tarifs négociés pour le groupe permettent des réductions de coûts intéressantes pour chacun des membres : de l'impartition à son meilleur.

Comme agent de liaison, le réseau rapproche ses membres qui interagissent les uns avec les autres.

Le réseau interpelle

Souvent, pour se convaincre de foncer vers un objectif, on a besoin d'être provoqué, même aiguillonné. En entrepreneurship, il a été prouvé plus d'une fois que le succès entraîne le succès. Il faut savoir que l'entreprise ÉCONOMUSÉE® est reconnue comme une entité muséale par le Ministère de la Culture et des Communications du Québec, ce qui la rend éligible à différents programmes de ces institutions. En 1999, en émettant huit timbres représentant autant d'artisans du Réseau, Postes Canada a ainsi reconnu implicitement la qualité du travail qui s'y fait. De même, on ne compte plus les reconnaissances et les prix reçus par les membres : pas moins de 15 prix ont été décernés à autant d'artisans du réseau depuis 1996 et ce, sans compter les reconnaissances et hommages rendus à son fondateur, Cyril Simard. L'artisan membre participant voit donc rejaillir sur lui la notoriété que lui apporte le nom et la présence des autres artisans. Quoi de mieux pour en interpeller d'autres d'ici et d'ailleurs et les inviter à rejoindre ce groupe de gagnants ?

En entrepreneurship, il a été prouvé plus d'une fois que le succès entraîne le succès.

Vers un réseau pancanadien

Les dirigeants et artisans de l'entreprise ÉCONOMUSÉE® ont fortement applaudi quand le Premier ministre Jean Chrétien a déclaré dans un discours donné à Toronto, le 2 mai 2001 : « *Nous allons investir dans le renouvellement des équipements culturels dans toutes les régions du pays. Nous allons aider les collectivités d'un océan à l'autre à mettre sur pied et à maintenir des programmes des arts et du patrimoine adaptés à leurs aspirations et à leurs circonstances particulières...* ». Il y avait là matière à réjouissance puisque cette annonce cadrait parfaitement avec le désir arrêté des dirigeants et des membres du réseau d'étendre celui-ci à l'ensemble du pays, en regroupant sous leur bannière plus de 110 entreprises qui compteraient un total de plus de 1 000 employés et viseraient 2,2 millions de visiteurs annuellement, tout cela réalisé en cinq ans seulement. Le groupe DBSF² a d'ailleurs confirmé la possibilité d'une telle réalisation dans le rapport final de leur étude de faisabilité pour le développement du réseau ÉCONOMUSÉE®, déposé en février 2001. Une autre chose qui pousse à avoir confiance dans ce projet est de savoir qu'il y a quelques 160 métiers traditionnels répertoriés encore pratiqués par des artisans qui œuvrent souvent en solitaire dans leur petit atelier. On est donc encore loin du compte et le potentiel est grand.

Figure 1: Carte du réseau.



LE RÉSEAU



- 1 La Papeterie Saint-Gilles
Saint-Jacques-de-la-Montagne
Pointe-du-Pic
- 2 Les Chaudières meridionales
de Chaudière
Saint-Jacques-de-la-Montagne
Gentilly-Bellevue
- 3 Les Moulins de
Fidélité-Croix
de Saint-Louis
de Saint-Louis
- 4 L'abbaye Charlevoix
de Saint-François
de Charlevoix
- 5 Atelier PNE
Saguenay-Lac-Saint-Jean
de Charlevoix
- 6 Musée de l'abbaye
de Charlevoix
de Charlevoix
- 7 La Forge à Pigeon-Assise
de Saint-Louis
de Saint-Louis
- 8 Musée de la Malicieuse
de Charlevoix
- 9 Le Parc Milliers-Brossiers
de Charlevoix
- 10 Les Dames de la
de Charlevoix
- 11 Les Dames de la
de Charlevoix
- 12 Les Dames de la
de Charlevoix
- 13 Les Dames de la
de Charlevoix
- 14 Les Dames de la
de Charlevoix
- 15 Les Dames de la
de Charlevoix
- 16 Les Dames de la
de Charlevoix
- 17 Les Dames de la
de Charlevoix
- 18 Les Dames de la
de Charlevoix
- 19 Les Dames de la
de Charlevoix
- 20 Les Dames de la
de Charlevoix
- 21 Les Dames de la
de Charlevoix
- 22 Les Dames de la
de Charlevoix
- 23 Les Dames de la
de Charlevoix
- 24 Les Dames de la
de Charlevoix
- 25 Les Dames de la
de Charlevoix
- 26 Les Dames de la
de Charlevoix
- 27 Les Dames de la
de Charlevoix
- 28 Les Dames de la
de Charlevoix
- 29 Les Dames de la
de Charlevoix
- 30 Les Dames de la
de Charlevoix
- 31 Les Dames de la
de Charlevoix
- 32 Les Dames de la
de Charlevoix
- 33 Les Dames de la
de Charlevoix
- 34 Les Dames de la
de Charlevoix

J'achète

J'achète. Oui, j'achète cette initiative porteuse de retombées économiques, créatrice d'emplois, véritable attraction touristique qui permet la sauvegarde des savoir-faire traditionnels, une composante nécessaire pour la sauvegarde du patrimoine de notre pays.

J'achète. Oui, j'achète cette initiative porteuse de retombées économiques, créatrice d'emplois, véritable attraction touristique qui permet la sauvegarde des savoir-faire traditionnels, une composante nécessaire pour la sauvegarde du patrimoine de notre pays.

bien senti à Cyril Simard son concepteur et dirigeant. Cyril Simard est un innovateur et un bâtisseur qui sait adapter des choses d'hier aux réalités d'aujourd'hui. Je serais tenté de parodier P.-A. Fortin qui parle souvent de gens comme lui comme étant de vrais cadeaux pour la Société. Il a su continuer l'œuvre de Monseigneur Félix-Antoine Savard qu'il considère comme son mentor. Depuis au-delà de 20 ans, avant même qu'on lui donne la responsabilité d'administrer la Papeterie Saint-Gilles en 1994, Monsieur Simard, architecte et ethnologue de renommée mondiale, travaille avec acharnement à « accorder » comme il le dit lui-même l'art ancien et l'art actuel et à marier la tradition et la mise en marché moderne. Son projet était un défi et cela demeure encore un défi qui s'insère bien dans l'évolution du Québec entrepreneurial. ■

Hommage à un leader

Enfin, je m'en voudrais de terminer ce survol des Entreprises en ÉCONOMUSÉE® sans rendre un hommage

Cyril Simard est un innovateur et un bâtisseur qui sait adapter des choses d'hier aux réalités d'aujourd'hui.

Tableau 1 : Spécialités par région.

Charlevoix :

Papier : La Papeterie Sant-Gilles - le papier comme on le faisait au XVII^e siècle.

Goélette : Les Chantiers de Charlevoix - du moulin à scie ancien à la Goélette qui revit.

Farine : Les Moulins de l'Isle-aux-Coudres - moulin à eau ou à vent qui anime la pierre à moudre le blé.

Fromage : La Laiterie Charlevoix - retour aux méthodes artisanales de fabrication du fromage.

Québec :

Sculpture sur bois comme moyen d'interprétation des légendes : Atelier Paré.

Miel : Le Musée de l'Abeille - les relations entre l'homme et l'abeille, une histoire fascinante.

Forge : La Forge à Pique-Assaut - la magie du feu qui accompagne des gestes synchronisés et précis.

Verre : Verrerie La Mailloche - des objets magnifiques formés par le souffle de l'artisan.

Fourrure : Fourrure Richard Robitaille - que d'étapes dans la transformation de la peau au manteau.

Poupée : Les Dames de Soie - la finesse de la porcelaine et le choix des accessoires pour créer du rêve.

Vitrail : Les Artisans du Vitrail - du Moyen Âge à nos jours, une même passion, les mêmes techniques.

Laval :

Fleur : Fleurineau - du jardin fleuri au bouquet odorant ou à la fleur séchée.

Montréal :

Reliure : La Tranchefile - toile, plein cuir, peaux de vachette, suède, rien de trop beau pour enjoliver une reliure.

Verre vitrifié : Hectarus, produits verriers - ainsi naît le verre vitrifié utile, délicat et beau.

Lutherie : Jules Saint-Michel, Luthier - que de mystères dans la fabrication d'un violon et que d'histoires !

Encadrement : Galerie Parchemine - savoir-faire à l'européenne datant de plusieurs siècles.

Céramique : Ceramica, galerie - la céramique apprivoisée un art très ancien adapté aux goûts d'aujourd'hui.

Broderie : Les Brodeuses - broderies à main qui donnent des produits finis et des pièces d'art.

Cantons de l'Est :

Vigne et Vin : Vignoble de l'Orpailleur - pressoirs, houes, serpes, oui, mais pousser de la vigne au Québec ?

Centre du Québec :

Cuir : Rocheford Maroquinier - des peaux taillées, assemblées, façonnées pour devenir des objets désirables.

Chaudières-Appalaches :

Bronze : Le Musée du Bronze d'Inverness - un hommage rendu aux grands sculpteurs de la région.

Bateaux miniatures : Les Bateaux Leclerc - habileté pour animer des bateaux miniatures qui ont l'air de vrais.

Gaspésie :

Tissage : Atelier Plein Soleil - patience et dextérité pour tisser et coudre des pièces fort esthétiques.

Bas-Saint-Laurent :

Érable : boissons alcoolisées : Domaine Acer - le produit de l'érable qui devient nectar : un secret dévoilé.

Îles-de-la-Madeleine :

Hareng fumé : Le Fumoir d'Antan - trois générations de boucaniers, mêmes lieux, mêmes techniques.

Sculpture sur sable : Artisans du Sable - de grains de sable à un produit dur comme le roc, singulier métier.

Nouveau-Brunswick :

Chandelle : Chandelles artisanales - méthodes traditionnelles et techniques nouvelles au gré de l'imagination.

Huître : Ferme Ostréicole Dugas - qui aime les fameuses huîtres de Caraquet devrait connaître leurs histoires.

Savon : La Savonnerie Olivier - produits d'hygiène et thérapeutiques dans un lieu où tous les sens sont sollicités.

Île-du-Prince-Édouard :

Courtepointe : Les créations Louise Comeau - la couverture piquée, un riche patrimoine qui nous vient d'Europe.

Figurine : Cavendish Figurines - donner vie à un personnage fictif peut charmer petits et grands.

Nouvelle-Écosse :

Étain : Amos Pewter - inspirés par la nature, deux artisans confectionnent des cadeaux magnifiques en étain.

Sculpture sur pierre : la pierre naturelle est transformée sous nos yeux par le marteau et le burin de l'artisan.

Whisky : Glenora Distillery - fabrication d'un whisky de qualité selon les meilleures traditions écossaises.

Terre-Neuve :

Peaux de phoque : GNP Craft Producers - sel, soleil, écorce de sapin, peau de phoque et voilà un beau vêtement.

Petits fruits sauvages : The Dark Tickel Co, - petits fruits sauvages venant d'une tourbière, divines recettes.

Notes et références :

¹ Marcel Lafrance est un ingénieur retraité qui œuvre comme bénévole à la Fondation de l'Entrepreneurship. Il travaille entre autres à promouvoir le mentorat ; à cet effet, il a publié en 2002 le livre *Mentors recherchés* dans la collection *Entreprendre*.

² Le groupe DBSF (Dulude, Bissonnette, Samson et Fortier) travaille comme conseiller en planification et développement. En 2000, cette firme a reçu un mandat du ministère du « Patrimoine Canadien » pour faire une étude portant sur les impacts du Réseau ÉCONOMUSÉE® dans les secteurs patrimonial, économique et touristique.