

Étude d'impacts **touristiques** et **économiques**

Le pavillon Montferrand
du Musée fluvial national Philemon-Wright

Chantier planifié post-covid dans les édifices
historiques classés du complexe industriel
E.B. Eddy aux chutes des Chaudières

QUEBEC CANADA - BANK OF CANADA





ISBN (dépôt numérique PDF) : 978-2-925005-18-6. Dépôt légal, premier trimestre 2021. Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAŒQ).

Concepteurs du Musée fluvial national Philemon-Wright (mission, vision, objectifs, concept, plan muséologique, identité visuelle) : Isabelle Regout et Alexandre Pampalon. Titulaires du certificat d'enregistrement du droit d'auteur de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) et de la marque de commerce déposée *Wood Rush* ® : Resonance Canada inc., Isabelle Regout et Alexandre Pampalon.

Une publication de Resonance Canada inc., éditeur.
Avec la participation d'A.B.C. Stratégies, OSBL.
206, avenue du Grand-Calumet
Gatineau (Québec) J9J 1L3, Canada.
info@resonance-canada.com

© Tous droits réservés. La reproduction de ce document, en totalité ou en partie, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, et en particulier par photocopie, par microfilm et dans Internet, est interdite sans l'autorisation écrite de l'éditeur.



Étude d'impacts **touristiques** et **économiques**

Le pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright

Chantier planifié post-covid dans les édifices historiques classés du
complexe industriel E.B. Eddy aux chutes des Chaudières



QUEBEC CANADA - BANK OF CANADA



TABLE DES MATIÈRES

1. Sommaire exécutif	8
2. Le sacré aux Chaudières : une tradition autochtone millénaire	12
3. Présentation du Musée fluvial national Philemon-Wright	
3.1 Connaître et développer ce territoire : l'Outaouais, berceau industriel du pays	14
3.2 Définir l'identité par l'action culturelle de la 3 ^e agglomération du Québec : Gatineau	15
3.3 Élément déclencheur de changement : le pavillon Montferrand du M.F.N.P.W.	16
3.4 Faire apparaître le patrimoine industriel national : E.B. Eddy aux chutes des Chaudières	20
3.5 Doter l'Ouest du Québec d'une grande institution culturelle : attrait de calibre international ..	20
3.6 La culture à la rescousse de la revitalisation urbaine : un château industriel au centre-ville	21
3.7 Guider l'économie mauve : les <i>Raftsmen</i> , figures emblématiques canadiennes	22
3.8 Explication du besoin pour implanter à la E.B. Eddy le pavillon Montferrand	24
4. Retombées touristiques du M.F.N.P.W.	
4.1 Grandes destinations mondiales à proximité du Musée	26
4.2 Pouvoir d'attractivité capital du Musée dans l'écosystème touristique mondial	26
4.3 Avantage du développement du Musée en situation frontalière	28
4.4 Co-responsabilité touristique, éthique et citoyenne, post-covid	29
4.5 Achalandage projeté du Musée, grande institution culturelle	30
4.6 Clientèles touristiques ciblées par le Musée	
(A) L'histoire et le patrimoine	32
(B) L'industrie du bois	34
(C) L'environnement	34
(D) Paysages et parcs urbains	34
(E) Réalités autochtones	35

(F) Le « storytelling », récit d'une réalité qui dépasse la fiction	35
(G) Tourisme d'attraction	36
4.7 Profil et nombre de touristes à Gatineau et à Ottawa	36
4.8 Bassin de clientèle dans le «triangle populeux» et la «zone d'influence»	38
4.9 Clientèles gouvernementales	40
4.10 Partenariat en développement des clientèles	41
4.11 Clientèles mondiales	43
5. Retombées économiques du M.F.N.P.W.	
5.1 Impacts de l'achalandage du Musée	44
5.2 Définition des retombées	
(A) Retombées directes	44
(B) Retombées indirectes	45
5.3 Paramètres de l'évaluation des retombées	
(A) Nombre de visiteurs	45
(B) Dépenses quotidiennes par nuitée selon l'origine des visiteurs	45
(C) Dépenses moyennes totales des visiteurs par groupe de voyage	46
5.4 Projection des retombées économiques	48
5.5 Le nouveau Musée national à coût net zéro	54
6. Accélérateur en développement durable	
6.1 Retombées culturelles et sociales	56
6.2 Échéancier d'implantation	56
6.3 M.F.N.P.W., phare innovant québécois	58
7. Recommandations	60
8. Notes et références iconographiques	62



LISTE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

Fig. 1	Photographie panoramique des édifices 1,2,3,4 et 6 de la E.B. Eddy	18-19
Fig.2	Circuit historique interprovincial de la Région de la capitale nationale	27
Fig.3	Carte géographique illustrant le «triangle populeux» et la «zone d'influence»	38
Fig.4	Dépenses des groupes de voyage selon leur origine	39
Fig.5	Retombées directes et indirectes	45
Fig.6	Dépenses journalières du visiteur selon son origine	48
Fig.7	Répartition des 900 000 visiteurs (an 1)	48
Fig.8	Répartition du 1 M de visiteurs (an 2)	49
Fig.9	Répartition du 1,5 M de visiteurs (an 3)	49
Fig.10	Retombées économiques de 60,2 M\$ (an 1)	50
Fig.11	Retombées économiques de 67,7 M\$ (an 3)	51
Fig.12	Retombées économiques de 106,4 M\$ (an 5)	52
Fig.13	Revenus gouvernementaux, parafiscalité et autres gains (1, 3 et 5 ans)	53
Fig.14	Délai de récupération des investissements pour le M.F.N.P.W. (4 ^e année)	55
Fig.15	Échéancier d'implantation du pavillon Montferrand du M.F.N.P.W. (2020-2030)	57

LISTE DES ACRONYMES

M.F.N.P.W.	Musée fluvial national Philemon-Wright
AE	Régime d'assurance-emploi
CNESST	Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail
FSS	Fonds des services de santé
MCH	Musée canadien de l'histoire
RQAP	Régime québécois d'assurance parentale
RRQ	Régime de rentes du Québec

1 SOMMAIRE EXÉCUTIF

« Après Québec et Montréal, l'arrivée d'un musée national dans la troisième plus grande agglomération du Québec, Gatineau, est incontournable. » — Alexandre Pampalon

Au cours des derniers mois, le monde entier a retenu son souffle. Comme bien des industries, toute la chaîne des artisans de la culture et du tourisme a été sévèrement touchée par la pandémie. Confrontés depuis mars 2020 aux restrictions imposées aux rassemblements ainsi qu'à une réduction marquée des déplacements, les acteurs ont réagi promptement, s'efforçant d'imaginer des solutions innovantes afin de poursuivre leur action collective de diffusion de la culture, des arts et du patrimoine. De toute part, des initiatives ont fusé, nées d'un besoin viscéral de partager et d'innover peut-être encore jamais observé auparavant.

Déjà, une nouvelle ligne de départ commence à se tracer devant nous, celle de la course vers la reprise économique. La compétition sera tout aussi grande que le sont les attentes de la population. Nous savons qu'elle ne se fera pas sans un effort majeur de la part de nos gouvernements et qu'elle **devra être guidée par des projets enthousiasmants, rassembleurs et stimulants, en mesure de jouer le rôle de locomotive de cette relance.** Projet de taille à participer à la réinvention de nos institutions touristiques et culturelles phares de l'avenir, **le futur Musée fluvial national Philemon-Wright doit en être!**

Ce Musée, ci-après M.F.N.P.W., répond aux impératifs d'un monde post-covid, celui d'une offre touristique renouvelée, de grands chantiers ayant le pouvoir de réveiller le sentiment de fierté des habitants d'une région, d'un pays ainsi que d'institutions muséales adaptées aux

exigences d'aménagement d'un monde post-covid, bien aérées et permettant une circulation fluide, capables d'attirer de vastes publics préoccupés par des impératifs de développement durable, tant en terme économique que social, culturel et environnemental.

Durant la période anticipée de rodage du M.F.N.P.W., l'achalandage du Musée passerait de 900 000 à 1,5 M de visiteurs. **En attirant et en retenant plus longtemps ces touristes en sol québécois grâce au Musée, l'impact économique généré est évalué à un peu plus de 110 M\$ annuellement.** En moins de cinq ans, les frais associés à l'implantation du M.F.N.P.W. et les coûts d'opération cumulés seront dépassés par les entrées massives d'argent frais que cette nouvelle infrastructure apportera pour le Québec et la région de l'Outaouais. Particulièrement en post-covid, les actions de promotion et de visibilité doivent être concentrées dans le **triangle populeux formé par les villes de Québec, de Chicago et de Philadelphie.** À elle seule, cette zone réunit près de 60 % de la population du Canada et des États-Unis, soit 220 M d'habitants, autant de personnes qui entrevoient après la pandémie de reprendre une vie normale et d'effectuer des déplacements d'agrément par train, autobus ou en voiture.

Depuis 2017, la cellule de préfiguration du M.F.N.P.W. valide les travaux préparatoires de l'arrivée de ce Musée. Le *Plan muséologique* introductif de 220 pages a été réalisé : <https://bit.ly/2WBhrs0>. Le tout repose sur une *Charte muséale*, <https://bit.ly/3cakQaz>, qui s'ouvre sur deux préoccupations principales :



- la protection et la mise en valeur du site exceptionnel des chutes des Chaudières et de l'ensemble industriel E.B. Eddy qui englobe de riches patrimoines composés de ressources archéologiques (autochtones ou coloniales) et un géosystème complexe proto-industriel et industriel ;
- la restauration du pin blanc (*Pinus strobus*) en matière de biodiversité.

Le site envisagé pour implanter le Musée est la E.B. Eddy, ce château industriel du XIX^e siècle tout simplement exceptionnel campé aux chutes des Chaudières. Resonance Canada inc., qui agit comme structure de coordination, de gestion et d'animation du projet muséal, a initié des actions concrètes pour que le gouvernement du Québec déclenche la requalification et l'agrégation du site industriel patrimonial national de sept hectares : <https://bit.ly/3dDBsqd>. **Un seul de ces 7 hectares, correspondant aux lots 1 620 648, 1 620 649, 1 620 650 et 5 236 547, serait converti avec une dominante muséologique.** Une impressionnante panoplie d'initiatives en cours montre à quel point l'arrivée de ce Musée est essentielle et est considérée favorablement dans le paysage québécois et canadien. Par exemple, l'organisme — dont le travail est guidé par un comité scientifique et un comité de pilotage regroupant des experts de diverses régions du Québec et du Canada — soutient également une motion historique, <https://bit.ly/3r9zrth>, pour hisser les *Raftsmen* et des draveurs comme héros de nos rivières Cette motion donne aussi crédit aux principales voies d'eau des 125 circonscriptions électorales du Québec.

Cette étude des retombées touristiques et économiques démontre que ce projet est socialement et économiquement rentable. En parallèle des retombées,

faisons également mention des investissements majeurs effectués par Hydro-Ottawa sur 6 ha, le résiduel du site historique de 7 ha. En effet, Hydro-Ottawa a loué pour une période de cent ans d'Hydro-Québec, soit du 14 décembre 2016 au 12 décembre 2116, les droits d'exploitation des forces hydrauliques des chutes et des centrales présentes sur ce site. Il découle de cet acte notarié en minute n° 22 805 654 qu'Hydro-Québec a encaissé la somme de 39,3 M\$, un montant considérable. Depuis le début de cette entente, Hydro-Ontario a investi 175 M\$ pour la restauration des installations hydroélectriques (cf. « Le réveil de deux géants du passé », Journal *Le Droit*, 25 janvier 2020, p.3). **Ces centrales côtoyant directement le futur site du Musée fluvial national Philemon-Wright, il est pensable qu'une entente accessoire** intervienne entre Hydro-Québec et Hydro-Ottawa afin que ce dernier soit autorisé à rebrancher comme jadis les bâtiments de la E.B. Eddy, non chauffés depuis cinq ans. À elle seule, cette transaction représenterait des économies de plusieurs millions de dollars qui éviteront non seulement des travaux majeurs qui auraient autrement été nécessaires, mais préserveront la E.B. Eddy d'une détérioration accrue.

Le temps est venu de poursuivre par des gestes et des engagements concrets les étapes en vue de sa planification et de sa réalisation!

ISABELLE REGOUT
DIRIGEANTE, RESONANCE CANADA INC.

Pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright





2 LE SACRÉ AUX CHAUDIÈRES : UNE TRADITION AUTOCHTONE MILLÉNAIRE

Le pays est la racine du musée. Attaché à son lieu et à son temps, le Musée fluvial national Philemon-Wright ne saurait être déplacé sans le dépouiller d'une riche histoire industrielle, esthétique et sociologique. Ce musée se confond au territoire.

Pourquoi aborder un sujet comme le sacré ? Il est apparu très tôt que l'environnement des chutes des Chaudières a été appelé à remplir une fonction particulière auprès des nations et des communautés autochtones. Pour les Algonquins, certains rites et règles ont permis de transmettre jusqu'à ce jour les récits et les mythes qui expliquent le rôle sacré du lieu. Un espace à la fois intime et communautaire qui connecte l'individu et son groupe vers un haut idéal, une voûte commune du monde.

Cette singularité géographique et ethnologique est prise en compte dans notre modèle muséal qui s'étend également hors les murs. Subtil mélange, ce musée d'histoire industrielle doit être garant de la préservation du patrimoine hérité et d'une diffusion culturelle équitable. Notre expertise sur l'ère des *Raftsmen* (1806-1914) nous conduit à reconnaître que l'ajout du glissoir à cages (*Hull Slide*) en 1829 a transformé radicalement l'accès à l'un des plus importants sites cérémoniels autochtones du Québec et du Canada. Lié au Portage 1, il s'agit de celui situé à Gatineau sur la péninsule qui deviendra l'île Philemon dans l'archipel des chutes des Chaudières (*Akikojiwan*). On comprend que le phénomène du sacré (danse, chant, offrande, cérémonie, etc.) ne peut pas être séparé de la

Aux chutes des Chaudières, Samuel de Champlain a été témoin en 1613 « de la prière rituelle des Anichinabés et de l'offrande de tabac » — Lynn Gehl, Ph.D., auteure de Claiming Anishinaabe: Decolonizing the Human Spirit.

préhistoire et de l'histoire autochtone dont il est le produit pour être transféré, déporté en un lieu artificiel, créer par une économie extractrice pressée de s'enrichir depuis la colonisation. **Cette niche écologique située à l'Ouest de la rue Eddy a toujours été et est encore visée par l'exercice de privilèges autochtones** (cf. carte de droite).

Dans l'esprit de la *Loi constitutionnelle* de 1982 (art. 35), l'état du droit confère un statut particulier aux droits ancestraux et donc, aux lieux de cérémonie autochtone. Mieux compris, le nouveau projet de loi *Bill C-15*, déposé en décembre 2020 au Parlement canadien, verra d'ailleurs la mise en œuvre de tous les droits et les principes confirmés dans la *Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones* (DNUDPA) — ratifiée par le Canada en 2016. Il est dit que les « peuples autochtones ont le droit de manifester, de pratiquer, de promouvoir et d'enseigner leurs traditions, coutumes et rites religieux et spirituels ; le **droit d'entretenir et de protéger leurs sites religieux** et culturels et d'y avoir accès en privé ».

La région de la capitale nationale n'aura de plus grande urgence que d'offrir aux Premières Nations un accès sécuritaire à ce lieu culturel bien connu, comme un signe éclatant pour faire avancer la réconciliation. De manière objective, le projet du M.F.N.P.W. est une solution gagnante pour les autres parties: décharger les actionnaires propriétaires d'une intendance qui relève strictement de l'État et préserver l'ambition de la ville de Gatineau de se doter d'une grande institution culturelle.



Church

Inn & Store

Wright's town

Forge & Mills

Gum Shed

Steam Boats

Chaudiere Falls

River

Govt Stores

Collins

Richmond Landing

Road to Richmond

Road to Sherbrooke

Lot 39

Lot 40



Mikan 4138620

3 PRÉSENTATION DU MUSÉE FLUVIAL NATIONAL PHILEMON-WRIGHT

« Le changement ne vient pas tout seul : les idées marchent pourvu qu'elles aient des porteurs » — Yvon Leclerc, auteur de L'action culturelle et le développement territorial

3.1 Connaître et développer ce territoire : l'Outaouais, berceau industriel du pays

C'est sur les rives de la rivière des Outaouais et le site des chutes des Chaudières que se déroule un moment crucial de notre histoire industrielle, conséquence du blocus napoléonien. Une transformation rapide va littéralement façonner l'avenir de notre jeune nation : la montée de l'industrie du bois. C'est elle qui marquera la naissance de l'industrialisation moderne du Québec et du Canada.

Le début du XIX^e siècle est le témoin de l'ascension fulgurante du Canada au rang de leader mondial de l'industrie du bois. Le pays à l'époque devient le plus grand exportateur de cette ressource naturelle prisée par les plus grandes puissances, se taillant ainsi une place parmi les puissances économiques mondiales.

Sorte de butin du mode de transport de ces bois, le spectacle romanesque des radeaux géants venant des forêts des Outaouais et descendant le fleuve Saint-Laurent va émerveiller les riverains pendant plus d'un siècle.

À l'ère des *Raftsmen* (1806-1911), du promontoire de Québec s'étend à perte de vue un tapis de bois, ondulant

sous les marées et recouvrant les 26 anses aménagées entre Montmorency et Cap-Rouge. Au XIX^e siècle, le port de Québec bourdonne d'activités. C'est là qu'arrivent les trains de bois, les fameuses cages, en provenance des forêts lointaines.

Plus de 1 200 vaisseaux attendent cette marchandise — le bois « carré » de 2 ' ou 3 ' —, destinée au commerce hauturier dopé par les tarifs préférentiels. Cette donne économique providentielle, liée au Blocus imposé par Napoléon 1^{er} à l'Europe, ébranle le commerce du bois anglo-baltique. Les mâts en pin blanc, *Pinus strobus*, et le bois de chêne blanc, *Quercus alba*, sont déterminants pour maintenir la suprématie navale britannique. Le bois carré représentera la principale source d'exportation et de revenus au Canada-Uni.

Ce boom extraordinaire des exportations canadiennes est le **fruit d'un travail titanesque d'hommes et de femmes dont la vie est bouleversée par les nouveaux modes de travail et de vie qu'implique une évolution industrielle et économique aussi radicale que rapide.** Le pôle industriel de la région de l'Outaouais devient un **vortex qui draine dans la vallée des ressources humaines** issues notamment de l'immigration.

Comment cela a-t-il débuté ? Dans la vallée de l'Outaouais, berceau du *Wood Rush*, les pins atteignent un maximum de 60 m de hauteur. De sa colonie établie au canton de Hull, Philemon Wright lance le 11 juin 1806

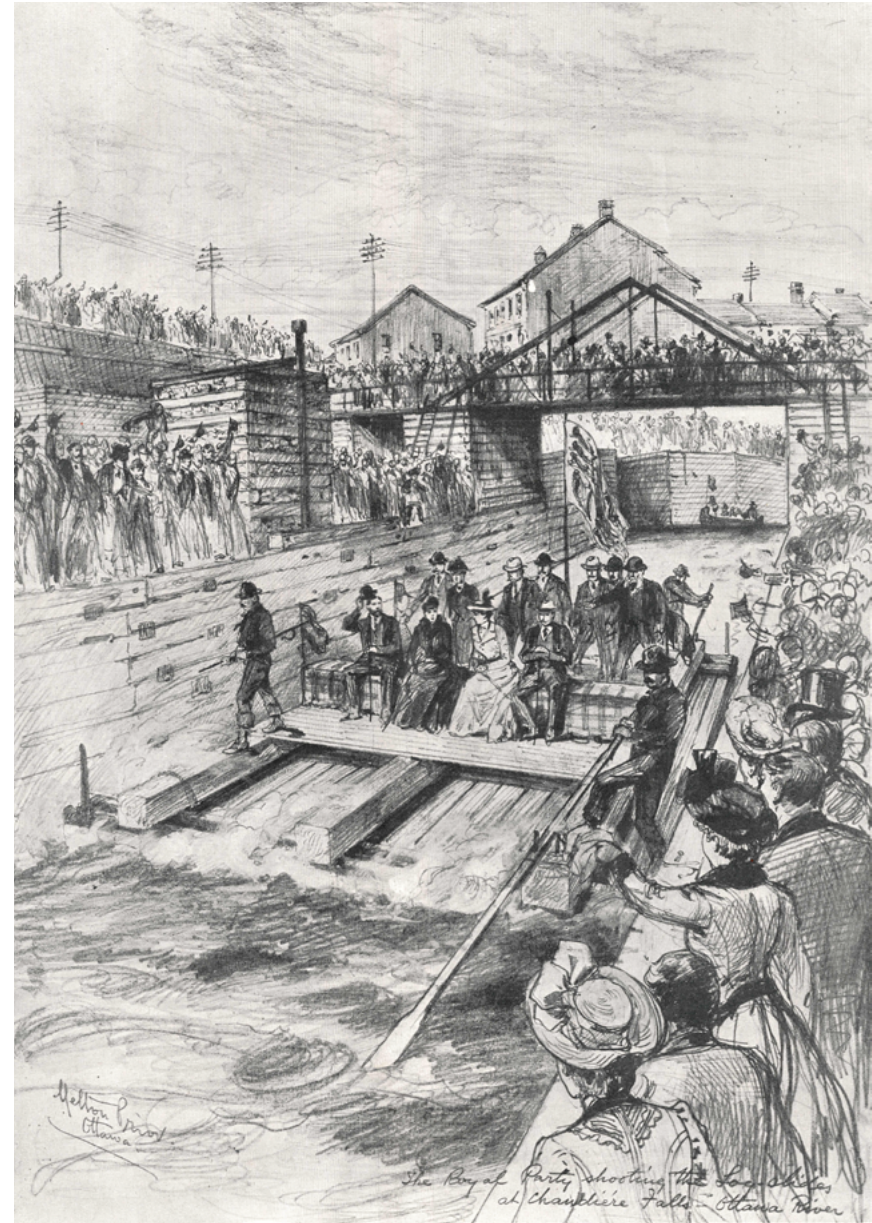


la première cage formée de 50 radeaux. Cet archétype nommé *Columbo*, prendra deux mois pour franchir les rapides et parcourir 250 miles marins jusqu'à Québec, cinq hommes à bord, dont London Oxford, gentleman afro-américain. Ce geste d'éclat révèle le parfait moyen de transport pour ces bois. Quatre générations de cageux se succéderont pour cager les pièces de 12 à 18 m de longueur. On met d'abord une rangée de pins qui flottent, puis on ajoute les traverses en chêne, reliées avec des chevilles ou des harts. Une centaine de radeaux sont réunis pour former la cage de 500 m sur 60 m. **Cet ouvrage d'ingénierie de 7 500 tonnes, véritable île flottante, est équipé de cordes, d'ancres, de chaînes et de voiles** avant d'entreprendre le voyage des lacs Ontario ou Témiscamingue jusqu'à Québec.

3.2 Définir l'identité par l'action culturelle de la 3^e agglomération du Québec : Gatineau

Le site de la E.B. Eddy et des chutes des Chaudières, lieu exceptionnel associé à la genèse de la région de la capitale nationale et berceau de l'industrie forestière en Amérique, est aussi un lieu d'innovations, tel l'exemple du glissoir à cage de Ruggles Wright (1829) excavé dans le roc avec de la poudre à canon qui viendra révolutionner le travail des *Raftsmen* (cageux).

Cette invention marque la période proto-industrielle du pays. En 1830, l'Outaouais est le siège du plus grand chantier de bois au monde ce qui profite à Bytown, qui



deviendra Ottawa, lieu choisi en 1857 comme capitale du pays. Cette jeune industrie forestière, l'*Eldorado* du Canada, relègue en arrière-plan le commerce des pelleteries. Le Canada se positionne à l'international comme empire forestier. À l'Exposition universelle de Paris de 1867, le pays bientôt fédéré y expédie des peintures signées du grand Cornelius Krieghoff. La représentation du commerce du bois carré est dominante dans ses œuvres. On y trouve une scène spectaculaire de cageux attachés aux mâts durant une traversée périlleuse du lac Saint-Pierre.

L'hymne *Ô Canada* de 1880 fait la part belle aux derniers Voyageurs, héros de cette véridique histoire. Sir Adolphe-Basile Routhier, auteur de cette ode à la nation, dira : « Je ne pouvais me lasser d'écouter les voix robustes et souvent très belles » de ces infatigables chanteurs ramant. Les grands convois de bois progressent avec lenteur sur les eaux comme une « imposante procession de navires, plus grands que les transatlantiques géants ».

Avec son patrimoine matériel industriel, témoin de l'ère des *Raftsmen*, l'ancien complexe industriel E.B. Eddy est le lieu idéal pour accueillir le pavillon Montferrand, ce pavillon insulaire nord du Musée fluvial national Philemon-Wright. Les autres vestiges à découvrir sur ces lieux qui font partie des nombreux attraits et trésors sont l'emplacement des chutes et l'impressionnant Trou du diable, cavité formée au fond de la rivière qui a donné maintes sueurs froides à ces héros utilisateurs de la rivière au fil des générations. Ce Trou du diable a été efficacement contourné avec le premier glissoir à cages précité. Le grand Jos Montferrand, a dirigé des milliers de radeaux en aval de ces chutes.

La remise en état des bâtiments de la E.B. Eddy, comme trésor national, est une priorité. Les édifices

de 1 à 6 sont convoités pour abriter, une fois restaurés, l'espace muséal national. Leur mise en valeur et leur association à l'attrait touristique que constituera le pavillon Montferrand du M.F.N.P.W. en feront une **destination touristique remarquable**, en mesure de devenir un pôle d'attraction majeur pour les touristes et les visiteurs par l'ajout des nouveaux commerces, restaurants, boutiques et jardins extérieurs.

3.3 Élément déclencheur de changement : le pavillon Montferrand du M.F.N.P.W.

Le futur Pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright portera sur la naissance de l'industrie forestière au Canada et les deux métiers emblématiques, *Raftsmen* (cageux) et draveurs. **D'une superficie de 120 000 p.c. ce sera le premier espace muséal au monde consacré à ces marins atypiques, les Raftsmen.** Il réservera aussi une place de choix à la parole autochtone. L'instrumentalisation économique rapide de la forêt et de la rivière pourra être racontée de leur point de vue.

Son récit principal valorisera un pan de cette grande histoire et un patrimoine de pratiques industrielles importantes du Québec et du Canada : le flottage du bois. Les *Raftsmen*, ce corps d'hommes décrit à l'époque comme « les os et les tendons du Canada », était autant admiré que craint. Le Musée perpétuera entre autres la mémoire du célèbre homme fort et maître de cages Jos Montferrand, cet Ulysse canadien intimement ancré au paysage, ce géant parmi les géants qui a marqué l'imaginaire populaire même outre-frontière.



L'industrialisation du secteur des chutes des Chaudières débute dès 1800 avec Philemon Wright, et s'est poursuivie avec le développement des entreprises d'Ezra Butler Eddy dès 1854. De l'ascension de Philemon l'entrepreneur à Montferrand l'entrepreneur, à l'entreprise gigantesque de la E.B.Eddy dirigée par Ezra Butler, nous pouvons dire que tous ces trois grands hommes ont laissé une image de marque indélébile du pays au-delà de nos frontières. Ils seront au cœur du récit muséal.

Profitant de hauts plafonds, les premier et second étages auront la vocation d'accueillir les expositions permanentes et temporaires. Les structures intérieures en poutrelles de bois bien visibles de cet édifice doté d'impressionnants murs de maçonnerie de 75 cm d'épaisseur seront préservées et mises en valeur.

Une partie des artéfacts pourra être entreposée dans la fosse du premier étage et le troisième sera utilisé afin d'accueillir les groupes, scolaires ou autres, qui participeront à des activités exclusives du pavillon.

Le parcours du premier musée sur les *Raftsmen* sera articulé autour de 6 grandes thématiques bien expliquées dans notre *Plan muséologique* :

- Un paysage modelé par le temps et l'humain
- Un territoire occupé de longue date
- Philemon Wright et Jos Montferrand
- La naissance de la première industrie
- Une industrie en évolution
- Un patrimoine à préserver

Cette trame abordera autant l'aspect naturel, la géographie et l'histoire de la région que les personnalités qui l'ont façonné, les aspects technologiques du travail de foresterie et les mythes et légendes qui, traversant le temps, sont restés en héritage.





Pavillon Montferrand du M.F.N.P.W.
au complexe industriel E.B. Eddy (120 000 p.c.)

LES 5-R ÉCORESPONSABLES

1. RESTAURER ce diamant architectural industriel, style Second Empire
2. RÉUTILISER avec une vocation muséale
3. RECYCLER vers l'industrie touristique
4. REFUSER la démolition
5. RÉDUIRE l'empreinte écologique.



FIG. 1 « Quand une pandémie mène à la préservation du patrimoine : Le SRAS a déclenché la revitalisation du District de la distillerie à Toronto. » – Fiducie nationale



3.4 Faire apparaître le patrimoine industriel national : E.B. Eddy aux chutes des Chaudières

Les édifices historiques de la E.B. Eddy, phare identitaire du patrimoine bâti et base de l'économie moderne canadienne, procurent la clé de l'évolution de l'histoire industrielle du pays.

Sans surprise, ce site et ces édifices ont déjà obtenu plusieurs reconnaissances dont voici quelques-unes :

1. Désignation de la rivière des Outaouais comme lieu historique du Québec
2. Désignation par le Canada du 2^e Portage de la Chaudière comme site historique national
3. Désignation par le Canada de l'événement **historique canadien du premier glissoir à cages**
4. Désignation par le Canada du personnage historique Philemon Wright (1760-1839), père de l'industrie forestière
5. Désignation par le Canada de l'événement historique canadien de l'industrie forestière dans la vallée de l'Outaouais.

La création du Musée fluvial national Philemon-Wright s'harmonise avec les processus de citation municipale et de classement national en cours pour protéger la ressource archéologique autochtone et le château industriel de l'île Philemon.

Cette demande d'attribution d'un statut particulier par le gouvernement du Québec afin d'obtenir un classement patrimonial pour les protéger est rendue possible grâce aux démarches entreprises par Resonance Canada inc.

3.5 Doter l'Ouest du Québec d'une grande institution culturelle : attrait de calibre international

Le M.F.N.P.W., un lieu qui propose une véritable expérience au visiteur!

Les publics friands des institutions muséales sont en grande partie composés d'individus à la recherche en tout premier lieu d'apprentissages. **Le M.F.N.P.W. leur offrira tout cela, mais bien plus encore, car les visiteurs auront l'opportunité d'embarquer sur un radeau de bois flottant sur la rivière des Outaouais.**

Un événement expérientiel doit être proposé si l'on souhaite attirer les plus larges publics possibles et devenir une destination prisée par tous les segments de clientèle incluant ceux moins habitués à fréquenter les musées. Le Musée devient alors une attraction, un divertissement



comportant une véritable expérimentation des propos présentés, en mesure de susciter chez le visiteur de puissantes émotions.

Assis aux premières loges pour observer dans les moindres détails la vie de nos ancêtres dompteurs de rivières, les visiteurs du M.F.N.P.W seront ainsi littéralement replongés à l'ère des *Raftsmen* par le biais des activités proposées. **En revivant avec intensité l'aventure de ce passé lié à l'industrie du bois, non seulement en tant que témoins, mais aussi en tant qu'acteurs, nos visiteurs ressentiront l'intensité de ces valeureux marins atypiques (*Raftsmen*) à la force herculéenne.** L'angoisse, la peur, le vertige et la fierté feront partie de l'éventail d'émotions vécues pendant la visite. On pourra y entendre des chansons folkloriques comme *Là où sont, tous les raftsmen ?* ou encore, *Les Draveurs de la Gatineau*.

Ce type d'expérience très forte, qui frappe les esprits et favorise l'apprentissage, stimule le désir d'en savoir plus. Cet apprentissage est non seulement cérébral, mais il est vécu. De la construction d'un radeau de bois à sa navigation, à la rencontre avec ces anciens travailleurs acharnés nous racontant les légendes de ce passé aux exploits dignes d'athlètes olympiques, de l'observation des sites de l'ancien glissoir et du Trou du diable, aspergés des gouttelettes d'eau provenant des chutes, ces activités feront de chaque visiteur un Jos Montferrand d'un jour.

Éducatif, rempli d'émotion, ce sera surtout unique. Le visiteur pourra souligner son passage au M.F.N.P.W. d'un égoportrait publié sur les réseaux sociaux.

3.6 La culture à la rescousse de la revitalisation urbaine : un château industriel au centre-ville

Les musées à signature forte ont littéralement changé le cours de l'histoire de certaines villes. **Quand le contenant complète le contenu, en caractère et en originalité, le musée devient un véritable moteur pour sa ville.** Bilbao, ville portuaire industrielle du Nord de l'Espagne, possède sa locomotive de tête avec le Musée Guggenheim de Bilbao. Les images de son architecture spectaculaire ont rapidement fait le tour du globe, et l'implantation de ce musée a permis des retombées économiques de 500 M\$ et des revenus de taxes de 100 M\$ au cours de ses trois premières années d'existence. L'Opera House de Sydney s'est révélé un investissement architectural qui a rapporté gros puisqu'il génère plus de 700 M\$ en retombées annuelles pour cette ville australienne.

Dans la rencontre entre l'architecture contemporaine et le patrimoine bâti, **l'actualisation en tant que phénomène culturel s'impose aujourd'hui comme solution à la polarité conservation-création** (p. 136, *Plan muséologique*, <https://bit.ly/2WBhrsO>). LUMA Arles, en France, est le dernier né qui fait tourner les têtes : c'est un nouveau complexe culturel expérimental terminé en 2021 qui rassemble des artistes, chercheurs et créateurs issus de différents secteurs afin de développer des projets et des expositions pluridisciplinaires. Ce projet a permis la rénovation de la friche industrielle d'anciens ateliers de la Société nationale des chemins de fer français (SNCF) du XIX^e siècle, qui s'étendent sur 10 hectares, et la création d'un parc paysager, le Parc des Ateliers. Les architectes du projet sont le Torontois Frank Gehry qui a conçu le Bâtiment Ressource (la Tour), la New-yorkaise Annabelle Selldorf chargée de

Pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright

la rénovation et la conversion des 5 anciens bâtiments en espaces d'exposition et l'architecte-paysagiste belge Bas Smets pour la réalisation du parc enjolivé par plus de 500 arbres et arbustes, d'une pièce d'eau de 3 700 m² et des espaces pour jouer (cf. <https://bit.ly/3c5ygE2> et <https://bit.ly/2SCOUdd>)

À Gatineau, la requalification du District historique de la E.B. Eddy de 7 hectares doit perpétuer la symbolique de grandeur et de spiritualité d'origine. L'identité visuelle et les volumes des édifices historiques industriels de style Second empire contribuent effectivement à la lisibilité de la ville, à l'ambiance du grand boulevard et aux représentations urbaines communes au centre-ville. La structure organique distinctive de la E.B. Eddy, caressant le pont des Chaudières, doit permettre de renforcer l'approche scénographique de la désignation provinciale de l'Outaouais comme « porte d'entrée du Québec ». L'arrivée du pavillon Montferrand du M.F.N.P.W. est tel un **Culligan**, ce spectaculaire diamant brut, au centre de la matrice culturelle qui célébrera le caractère unique de la région et la contribution exceptionnelle de l'histoire de la foresterie à l'évolution d'un patrimoine multidimensionnel pancanadien.

Tout en respectant les normes patrimoniales en usage pour ce site protégé, le pavillon Montferrand justifiera l'ajout ultérieur d'une section moderne servant à révéler l'architecture industrielle de la E.B. Eddy comme suggéré à la page 138 du *Plan muséologique* précité. En ajoutant une touche architecturale audacieuse à la E.B. Eddy, château industriel du XIX^e siècle, le tout combiné à une expérience incomparable du visiteur avec l'univers des *Raftsmen*, le Musée fluvial national se classera parmi les institutions les plus performantes. Notre façon de naviguer à travers ce lieu tout en évoquant sa beauté fonctionnelle doit être repensée et le Canada peut se targuer d'avoir

des architectes de renom international tels que Douglas Cardinal ou Frank Gehry.

C'est avec fierté que nous pouvons dire que M. Gehry s'est déjà montré intéressé à soumettre une proposition pour le projet de M.F.N.P.W. se déployant des deux côtés de la rivière des Outaouais en phases, car l'histoire fascinante des *Raftsmen* canadiens vient sublimer l'archipel des chutes des Chaudières. Cette sommité dans le monde de l'architecture, créateur d'institutions admirées qui ont marqué le paysage de leur ville hôte, fait partie de la vingtaine d'architectes les plus en vue de la planète. On compte parmi les œuvres signées Gehry : le Musée Guggenheim à Bilbao, la Maison dansante à Prague, la Cinémathèque française à Paris, la Fondation Louis-Vuitton à Paris, le Walt Disney Concert Hall à Los Angeles, le MoPop à Seattle, le 8 Spruce Street à New York, le Musée des beaux-arts de l'Ontario à Toronto.

3.7 Guider l'économie mauve : les *Raftsmen*, figures emblématiques canadiennes

L'économie mauve, c'est l'alliance entre Culture et Économie. Le M.F.N.P.W. entend devenir l'un des 10 attraits touristiques les plus en vue du pays. La qualité du coup d'œil extérieur et intérieur ainsi que de l'expérience muséale proposée lui permettront, en tant qu'infrastructure touristique d'envergure, de devenir l'arrêt obligé de toute visite dans la capitale nationale. **Le District historique de la E.B. Eddy, tout comme y est parvenu le Distillery District de Toronto qui a pris son envol après le SRAS en 2003, contribuera à la revitalisation post-covid du centre-ville de Gatineau.**



3.8 Explication du besoin pour implanter à la E.B. Eddy le pavillon Montferrand

« La ville de Gatineau dispose d'un potentiel physique et humain d'une grande richesse qui lui permettrait de se singulariser de la ville d'Ottawa et des autres villes du Québec, du Canada et du monde » — Yvon Leclerc

Livré clé en main ce musée sur les Raftsmen (cageux) de 120 000 pi² nécessite un crédit budgétaire global post-covid de 73 M\$ portant sur les postes suivants :

- **Rachat de la E.B. Eddy**
Lots 1 620 648, 1 620 649, 1 620 650, 5 236 547
- **Restauration et modernisation — patrimoine de l'État**
Édifices 1 à 6 de la E.B. Eddy
120 000 pi² — ratio 325 \$ / pi²
- **Mise en place des expositions** du musée national
75 000 pi² avec 3 ratios : niveau 1 à 100 \$ / pi², niveau 2 à 150 \$ / pi², niveau 3 à 225 \$ / pi²
- **Mise en place de l'intendance** du musée national
45 000 pi² — ratio 150 \$ / pi²
- **Aménagement extérieur** au musée national incluant la politique de 1 % — œuvre d'art public
- **Propriété intellectuelle** cédée à perpétuité à l'État incluant droits d'auteurs et marques de commerce
- **Appui au démarrage** jumelé à une gouverne soignée des communications

Notons que 53 % de ces coûts établis *pro forma* sont liés à un service de la dette à charge du M.F.N.P.W. sur un terme de 25 ans. Resonance Canada inc. déclare que le détail de ce crédit budgétaire fait l'objet d'une divulgation

spécifique au Conseil des ministres du Québec, mais ne peut encore être rendu public afin de protéger le capital de négociation de l'hectare à la E.B.Eddy qui sera rachetée directement au secteur privé.

Dans le cadre d'un développement durable entièrement planifié, soulignons que cet investissement culturel rimera avec la **création de 160 nouveaux emplois à temps plein au Musée** qui sera un employeur de choix. À cela s'ajoute, comme nous le verrons plus loin, **l'incidence économique découlant de ce cinquième grand musée québécois qui insuffle des retombées directes et indirectes qui équivalent à 325 emplois créés « hors M.F.N.P.W. » dans le sillage de son 5^e anniversaire.**

Le pavillon Montferrand occupera un espace totalisant 120 000 p.c. dont 62 % seront réservés aux espaces publics et 38 % pour l'intendance. **Resonance Canada inc. évalue les coûts annuels d'opération du pavillon Montferrand à 25 M\$ en se basant sur le ratio étalon de 208 \$ / pi².**

De ces 25 M\$, il y a 12 M\$ qui seront affectés à la masse salariale du Musée. Est inclus également dans ce budget d'exploitation le financement des programmes associés aux trois fonctions muséales Collections, Recherches et Diffusion (Chapitre 3 « Centre de recherches et d'engagements en excellence — CREE » du *Plan muséologique* : <https://bit.ly/2WBhrs0>).



4 RETOMBÉES TOURISTIQUES DU M.F.N.P.W.

« Mise en valeur, la culture devient le ciment national » — Roland Arpin

4.1 Grandes destinations mondiales à proximité du Musée

Il existe une cohérence évidente entre les thématiques du M.F.N.P.W. et celles du Musée canadien de l'histoire et des autres attraits d'intérêt touristique situés dans le même périmètre, tels le Parlement canadien, le Musée canadien de la guerre, le Château Laurier et plusieurs autres.

Ajouter un attrait phare comme celui du M.F.N.P.W., c'est venir compléter l'offre déjà présente pour en faire une **expérience touristique globale** reliant tous ces attraits les uns aux autres dans un circuit qui devient incontournable. C'est en faire un pôle touristique dont le contenu est arrimé au circuit touristique interprovincial et qui peut s'intégrer au **parcours d'honneur** du Boulevard de la Confédération **révélant les symboles fondateurs du Canada moderne**.

Ce circuit exclusif — renforcé par la présence du M.F.N.P.W. et l'expérience de son quartier touristique industriel (District historique de la E.B.Eddy) — recèle tout le potentiel nécessaire pour devenir le pôle touristique le plus convoité des touristes étrangers de passage au pays. Il va figurer au sommet de la liste des attraits à visiter pour tout Québécois et tout Canadien désireux de découvrir ou de redécouvrir sa propre province ou son pays.

4.2 Pouvoir d'attractivité capital du Musée dans l'écosystème touristique mondial

Les statistiques le démontrent, des destinations touristiques ont atteint des taux de fréquentation vertigineux suite au développement de projets muséaux visionnaires.

Elles ont véritablement transformé l'expérience touristique offerte préalablement par ces destinations par l'ajout d'infrastructures dotées d'une forte signature et proposant une expérience muséale distincte.

Bilbao en Espagne est l'un de ceux les plus fréquemment donnés en exemple, mais on pourrait également faire mention du Musée de Milwaukee. Son histoire a débuté dans une petite ville portuaire au bord du lac Michigan. La construction de cette institution muséale, dont l'architecture impressionne, a transformé ces lieux peu fréquentés en une destination touristique prisée. Le *Dundee Waterfront*, en Écosse, est un autre exemple qui illustre ce qui a été qualifié de véritable « effet Bilbao ». Ce musée construit en 2018 a littéralement transformé la ville qui l'a vu naître en attirant touristes et nouvelles entreprises et en stimulant le développement de l'emploi dans les secteurs touristique, résidentiel et financier.

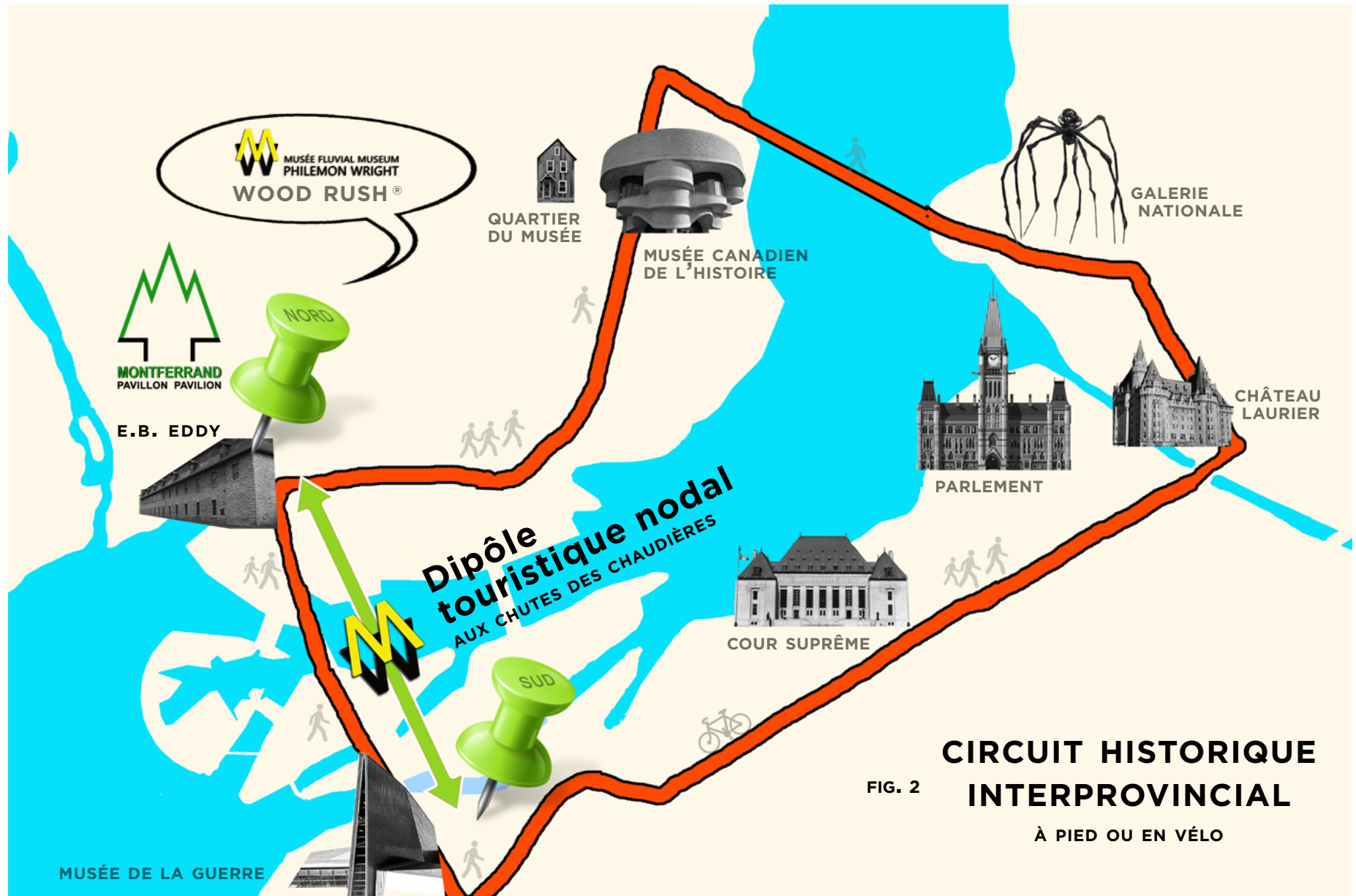


FIG. 2

CIRCUIT HISTORIQUE INTERPROVINCIAL

À PIED OU EN VÉLO

Au pavillon Montferrand du M.F.N.P.W., l'ajout d'une section moderne servant à révéler l'architecture industrielle de la E.B. Eddy serait pensé en relation avec la nouvelle structure architecturale associée à la 2^e phase possible du projet, côté d'Ottawa.

Les exemples qui démontrent le grand intérêt des touristes pour du contenu patrimonial de qualité sont eux aussi nombreux.

La ville de Seattle liée au *Gold Rush*, dont la population est deux fois moindre que celle de la région de Gatineau-Ottawa — 794 955 habitants comparativement à 1,39 M pour Gatineau-Ottawa — attire depuis une décennie 40 M de visiteurs par an.

L'*Experience Music Project*, construit en 2000 à côté de la tour *Space Needle*, financé à raison de 240 M\$ par le milliardaire américain Paul Allen et sa sœur Jody Allen (mécènes considérés comme les « Médicis de Seattle »), passionné de musique rock et en particulier d'une de ses légendes, Jimi Hendrix, attire des visiteurs de partout à travers le monde.

Amsterdam, dont la population de 1,35 M est elle aussi comparable à celle de Gatineau-Ottawa, a accueilli un nombre record de 19 M de visiteurs en 2018 grâce aux différents attraits d'exception qu'offre la ville, un chiffre qui progresse de 5 % chaque année et qui pourrait atteindre les 23 M en 2025.



4.3 Avantage du développement du Musée en situation frontalière

Le M.F.N.P.W. se présente comme l'attraction majeure capable d'apporter, grâce à un parcours consolidé en rive gatinoise, une solution au défi d'inverser la tendance du faible achalandage touristique de Gatineau en comparaison d'Ottawa.

Un circuit désormais complet sera en effet créé, le « **circuit interprovincial touristique** » formant un grand rectangle compris entre le M.F.N.P.W. de la E. B. Eddy — le Musée de la Guerre — la Cour suprême — le Parlement du Canada — le Musée des Beaux-Arts du Canada — et, le Musée canadien de l'histoire.

Ce circuit jusqu'à maintenant ne permet qu'une brève incursion à Gatineau, visant pour seule destination le MCH. Les visiteurs de la capitale seront plus motivés de poursuivre en direction du centre-ville de Gatineau, devenu le chemin le plus court entre le M.F.N.P.W. et le MCH, bouclant la boucle entre les deux ponts et les centres-villes de chaque côté des deux rives.

Cette incursion en sol gatinois beaucoup plus étendue des touristes en visite dans la capitale canadienne résultera en un **effet de levier favorable à une dynamisation** et à un achalandage décuplés du centre-ville de Gatineau.

Cette affluence accrue se reflétera également dans les statistiques d'achalandage des attraits déjà existants ainsi que sur les projets de développement à venir de la Ville de Gatineau et des acteurs des milieux touristique, culturel et des affaires.



Le M.F.N.P.W. sera un produit d'appel qui fera non seulement traverser les touristes d'Ottawa vers la porte d'entrée du Québec que constitue Gatineau et sera la bougie d'allumage pour motiver la prolongation de leur séjour dans la région et à Gatineau, mais qui de plus stimulera leur intérêt à aller plus avant pour poursuivre leur découverte des attraits naturels et culturels d'autres régions du Québec.

4.4 Co-responsabilité touristique, éthique et citoyenne, post-covid

D'après les prévisions des analystes du milieu du tourisme pour les prochaines décennies, **l'avenir touristique sera marqué par davantage de déplacements en véhicule automobile qu'en avion puisque les effets dévastateurs de la pandémie entraîneront une certaine inquiétude des voyageurs à se déplacer par les airs** et de risquer de se retrouver coincé plusieurs jours loin de chez soi sans possibilités de vol de retour.

Les destinations offrant de grands espaces dégagés, où la distanciation physique est possible entre visiteurs et où l'air circule largement seront particulièrement prisées. Ce sera le cas du M.F.N.P.W. qui, doté de tous ces atouts, sera particulièrement bien positionné dans le monde du tourisme en tant qu'un musée pensé, restauré, construit et aménagé de manière à tenir compte des nouvelles considérations post-covid.

À l'heure où le Québec compte effectuer des investissements économiques importants pour aider à une relance propulsée par une vision post-pandémie, **les décideurs doivent s'inspirer de succès touristiques tels le renouveau du District de la distillerie de Toronto né en réponse à la menace posée par le SRAS en 2003.** Le M.F.N.P.W. doit être de cette même mouvance que celle ayant mené à la création de cette destination emblématique de Toronto, devenue un incontournable pour les 27,5 M de touristes qui visitent la ville annuellement.

De tels projets de revitalisation du patrimoine mettent non seulement à contribution une vaste main-d'œuvre, mais ils apportent des avantages durables par la revitalisation et même la création d'une multitude d'activités économiques parallèles, dont des commerces, hôtels, restaurants et d'autres attraits touristiques de proximité.

Nous envisageons que E.B.Eddy soit le « district historique » de Gatineau.



4.5 Achalandage projeté du Musée, grande institution culturelle

Regard canadien sur la fréquentation de nos musées

1 673 000	SOCIÉTÉ DU MUSÉE CANADIEN DE L'HISTOIRE : MUSÉES CANADIENS DE L'HISTOIRE ET DE LA GUERRE
1 340 000	ROYAL ONTARIO MUSEUM
951 000	ART GALLERY OF ONTARIO
766 500	INGÉNIUM : MUSÉE DE L'AVIATION, DE L'AGRICULTURE, DES SCIENCES ET TECHNOLOGIES DU CANADA
600 000	MUSÉE DE LA CIVILISATION DE QUÉBEC
430 000	MUSÉE DES BEAUX-ARTS DU CANADA

L'achalandage du M.F.N.P.W. se situerait dans la moyenne haute des statistiques d'achalandage de ses partenaires nationaux et régionaux, et ce, dès son entrée sur scène. La reprise du secteur de l'aviation après la pandémie se fera progressivement de sorte que la présente étude capitalise sur une part de marché nord-américaine et la promotion touristique de masse se fera auprès de ceux qui se déplacent par voies terrestres ou ferroviaires.

D'un océan à l'autre, la **clientèle canadienne** sera particulièrement séduite par la thématique centrale du M.F.N.P.W. qui touche la fondation et le développement du pays. L'approche muséale unique fera briller l'épopée des *Raftsmen* du Canada. Quant à la **clientèle américaine**, elle sera directement interpellée par ce Musée qui fera découvrir le pionnier Philemon Wright qui est originaire de Woburn au Massachusetts et qui a combattu au XVIII^e siècle pour la cause de l'indépendance des États-Unis, en plus d'aborder le mythe populaire de Paul Bunyan, ce bûcheron américain fictif qui aurait affronté Jos Montferrand. **Sur un horizon international**

étendu, les radeaux ont voyagé sur les routes fluviales du monde entier comme mode de transports primaires de voyageurs et de marchandises. Tous ces récits hérités de divers peuples seront placés au cœur d'expositions temporaires, offrant un prisme d'expériences à couleurs plus riches.

Stratégiquement implanté au cœur de la région de la capitale nationale et visible sur le circuit interprovincial touristique, le pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright accueillera au guichet dès sa première année d'exploitation 900 000 visiteurs dont 96 % proviendront du Canada et 4 % de l'international incluant 3 % des États-Unis pour ensuite suivre une courbe croissante (voir sections 4.6 et 5.4). Alors que la clientèle canadienne tendra à se consolider, la clientèle internationale va croître significativement. La notoriété croissante du M.F.N.P.W. devrait lui permettre de surpasser le niveau d'achalandage des autres grands musées canadiens et le placer au sommet des institutions muséales les plus visitées au Canada, voire même de s'approcher ou rivaliser avec les statistiques de fréquentation de certains des plus grands musées du monde.

Dans le monde, l'affluence des grands musées [note 1]

MUSÉE DU LOUVRE, PARIS	10,2 M
NATIONAL MUSEUM OF CHINA, BEIJING	8,61 M
MET, NEW YORK	7,36 M
MUSÉES DU VATICAN, VATICAN	6,76 M
BRITISH MUSEUM, LONDRES	5,87 M
TATE MODERN, LONDRES	5,83 M
NATIONAL GALLERY, LONDRES	5,74 M
NATIONAL GALLERY OF ART, WASHINGTON	4,40 M
MUSÉE DE L'ERMITAGE, SAINT-PÉTERSBOURG	4,30 M
VICTORIA & ALBERT MUSEUM, Londres	3,97 M

Devenez les racines du futur musée
Dessinez un arbre



MUSÉE DES cageux RAFTSMEN

PAVILLON MONTFERRAND À GATINEAU

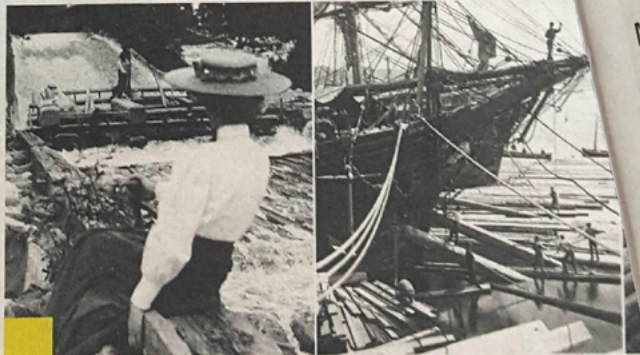


MUSÉE FLUVIAL NATIONAL
PHILEMON-WRIGHT

**PARTICIPEZ POUR
APPUYER LE MUSÉE :**
Tout type de création
Aucune limite d'âge
Envoyez la photo
de cet arbre unique
musee@abcstrategies.com

Nous exprimons notre gratitude,
aux 576 familles et organismes
qui parrainent déjà le musée :
www.abcstrategies.com/musee

Gatineau réenchanté dans le bassin capit



TEMPÊTE DE TRADITIONS

ANCRE ÉCONOMIQUE



PHOTOS COURTOISIE MUSÉE MCCORD ET COLLECTION PARC ALGONQUIN
à la jonction de la rivière Gatineau. Sur celle du bas, des hommes en train de cager un
train de bois vers la fin du XIX^e siècle dans la Haute-Gatineau (Pontiac).

Un musée sur les « cageux » à Gatineau

Le projet retracera l'histoire forestière de l'Outaouais

Un groupe de passionnés poursuit
son travail de longue haleine pour
mettre sur pied un musée qui
retracera l'histoire forestière de
l'Outaouais avec comme fi
de proue les « cageux », les
célèbres le

marins jusqu'à Québec
ci eux matériaux
Aussi

leDroit SAMEDI 31 OCTOBRE 2020

BRANCHÉ

MUSÉE FLUVIAL NATIONAL

LA FORCE IDENTITAIRE DE GATINEAU

Bâti sur le modèle du Distillery District de Toronto qui a pris son envol après le
SRAS (2003), le District historique de la E.B. Eddy contribuera à la revitalisation
et attrait incontournable du Québec.

patrimoine bâti, procurent la clé de l'évolution de
l'histoire industrielle du pays en édifian la base de
son économie moderne.

L'ASCENSION DE PHILEMON À MONT...FERRAND



Credit photo : Musée canadien de l'histo



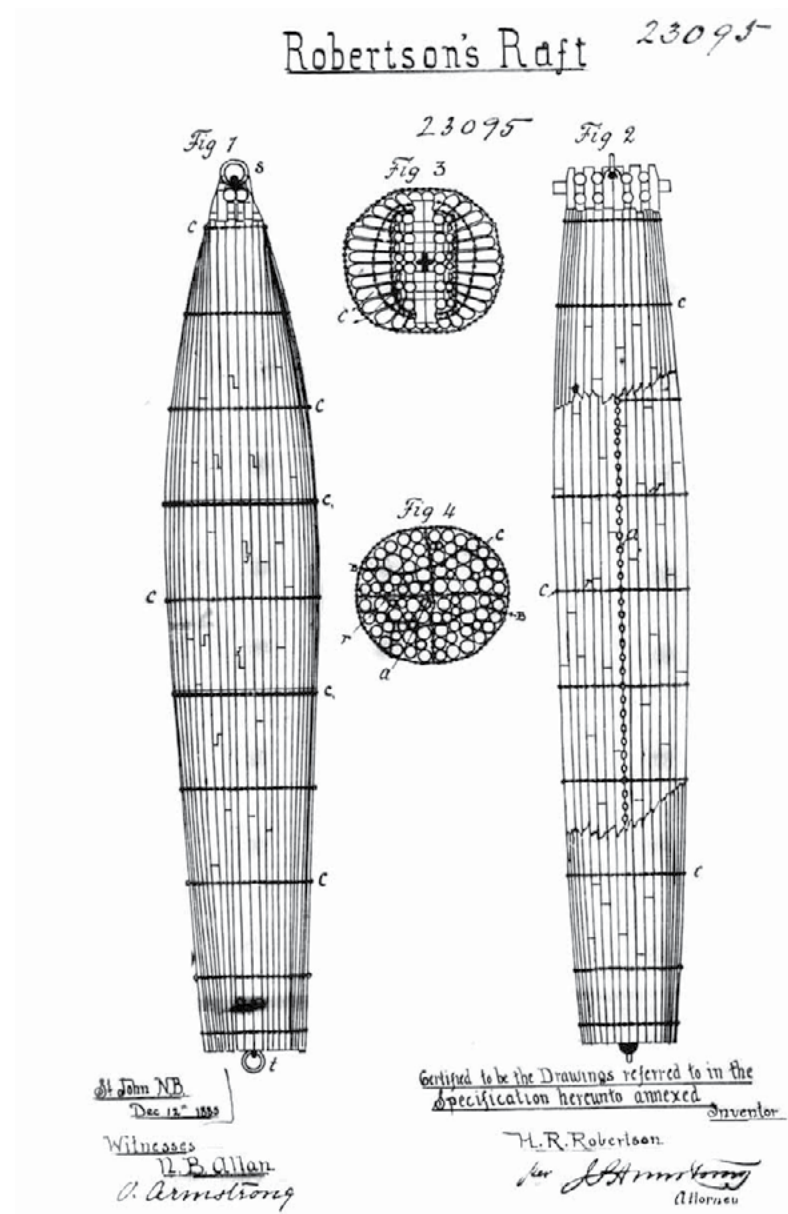
4.6 Clientèles touristiques ciblées par le Musée

Notre exposé aux sections 4.6 et 5.6 du *Plan muséologique* (<https://bit.ly/2WBhrs0>) permet d'explorer la façon dont la programmation muséale va s'adapter pour les familles et grand public, le public adolescent ou adulescent, le jeune public et aînés, le public particulier rejoint avec l'aide d'associations communautaires, le milieu scolaire et le milieu de travail.

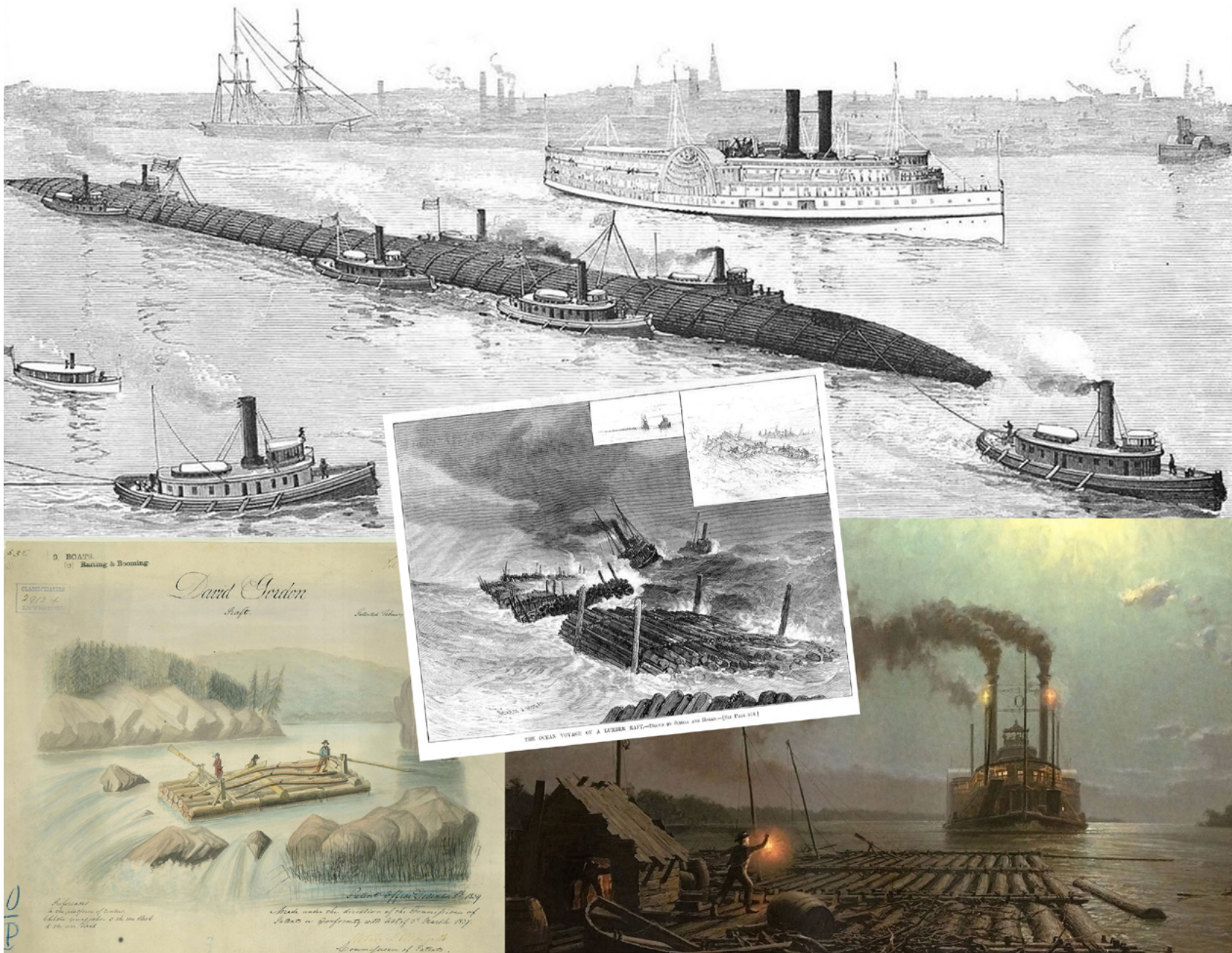
En raison de la diversité des thématiques et des expériences qu'il propose, le M.F.N.P.W. a la capacité de cibler une large gamme des visiteurs en mettant l'accent sur les trois « E » — *Educational, Emotion, Entertainment*.

(A) L'HISTOIRE ET LE PATRIMOINE

Les visiteurs européens et asiatiques sont de grands consommateurs de tourisme historique et culturel. Les Américains également puisque 51 % disent inclure la visite d'un attrait touristique sur le thème de l'histoire lors d'un voyage. Les Québécois et Canadiens sont aussi particulièrement friands de patrimoines et d'histoire puisque 70 % des 15 ans et plus effectuent au moins une visite d'un lieu du patrimoine annuellement au cours d'une année. Le M.F.N.P.W. sera pour tous ceux-là une destination incontournable.



Brevet canadien d'un radeau océanique



(B) L'INDUSTRIE DU BOIS

L'attachement naturel des personnes œuvrant ou associées à l'industrie du bois dans le monde est marqué. Il faut dire que le secteur de la foresterie emploie 13,7 M de personnes à l'échelle planétaire, dont 60 % sont concentrées dans 10 pays, au sommet desquels figurent les États-Unis, l'Allemagne, la Chine, l'Inde, le Japon, le Brésil et la Russie. Et c'est sans compter l'effet de rayonnement sur leurs proches ainsi que sur les descendants de générations passées de travailleurs de cette industrie, entre autres ceux des *Raftsmen* (cageux) et des draveurs d'ici comme d'autres pays du monde.

(C) L'ENVIRONNEMENT

L'intérêt pour le tourisme durable proposant des thématiques liées à l'écologie est croissant, les citoyens étant de plus en plus sensibilisés aux défis environnementaux. Ce segment de clientèle touristique trouvera dans le M.F.N.P.W. une destination de choix alors que le **thème de l'arbre sera au cœur de son propos** et qu'y seront abordés entre autres une série de sujets associés, dont ceux de la **préservation et de la régénération des forêts**. Sensible au débat de société incontournable et aux attentes du public qui place les enjeux écologiques au sommet de leurs priorités, le M.F.N.P.W. sera une institution muséale et patrimoniale exemplaire dans ce domaine. On retrouvera les manifestations des valeurs environnementales de l'institution dans les installations et activités du Musée. Le Musée s'est d'ailleurs engagé avec sa *Charte muséale*, <https://bit.ly/3cakQaz>, à cibler des **actions concrètes en matière de biodiversité incluant des stratégies de renouvellement du pin blanc**.

(D) PAYSAGES ET PARCS URBAINS

Sans jardin de grand calibre, difficile pour une ville ou une région de se tailler une place parmi les destinations de premier choix. Gatineau bénéficie du **parc de la Gatineau**, un immense terrain de jeu en plein air et de randonnée, mais les beaux parcs urbains situés en centre-ville sont un attrait de prestige auquel les clientèles touristiques attachent une importance incontestable dans leur évaluation de l'attractivité des destinations. Le site des **Mosaïcultures du parc Jacques-Cartier de Gatineau** avait attiré plus de 500 000 visiteurs en 2017 et 200 000 en 2018, dont 54 % venaient de l'extérieur du Québec. Cet indicateur de l'existence d'une clientèle non négligeable intéressée par ce **type d'offre** promet de venir s'ajouter aux autres segments de clientèle que **rejoindra le nouveau musée**. C'est sans oublier les clientèles déjà adeptes des circuits proposés par les **routes d'eau**. Le *Chemin d'eau* de la ville de Gatineau et de ses voisines situées de long des cours d'eau d'importance de la région ainsi que ceux d'autres régions se verront bonifiés par la présence du M.F.N.P.W. qui recevra sur son site une partie de cette clientèle en croissance.

Lieu sacré pour les Premières Nations depuis plus de 6 000 ans, le site des chutes des Chaudières est quant à lui un archipel qui possède des caractéristiques exceptionnelles tant géologique, fluviale, naturelle, sociohistorique, identitaire qu'industrielle. L'île Philemon, l'une des cinq îles, constitue l'environnement naturel du M.F.N.P.W. qui mettra en évidence les articulations entre les diverses dimensions de ce patrimoine en lien avec des préoccupations contemporaines. Ce Musée, responsable de promouvoir le maintien des espaces naturels et architecturaux du site des chutes des Chaudières, rendra accessible au grand public ce château industriel



du XIX^e siècle, la E.B. Eddy afin que Gatineau profite du retour d'une identité distinctive et d'un sentiment d'appartenance fort. Ce lieu unique offre autant de points de vue imprenables sur les rives québécoises et ontariennes, véritables panoramas de cartes postales des chutes des Chaudières.

(E) RÉALITÉS AUTOCHTONES

Le tourisme autochtone représente à lui seul des retombées économiques annuelles brutes de l'ordre de 2,65 G\$ pour l'ensemble du territoire, selon l'Association touristique autochtone au Canada. **Premiers occupants du territoire où sera fixé le Musée et partenaires privilégiés des équipes travaillant à la mise en place du Musée, l'expérience des cultures autochtones locales sera au cœur de la visite**, en particulier celle de la nation Anishnabeg, future grande partenaire du nouveau Musée, qui sera invitée à développer et à offrir sur le site les activités, expositions et expériences qu'elle jugera les plus appropriées, tout en participant à l'intégration transversale d'une composante autochtone à la trame narrative véhiculée dans chacune des parties de la visite. Comme le rappelle Destination Canada dans un rapport de recherche sur le tourisme autochtone au Canada, « Une grande expérience de tourisme autochtone est vraiment personnelle et spéciale, et peut transformer des vacances ordinaires en vacances extraordinaires ».

(F) LE « STORYTELLING », RÉCIT D'UNE RÉALITÉ QUI DÉPASSE LA FICTION

L'histoire de l'industrie du bois et des *Raftsmen*, c'est d'abord une grande saga constituée de multiples récits, contes et légendes. En cette époque où nous sommes



bombardés d'information fusant de toutes parts, les publics n'ont d'autres choix que d'exiger que celle-ci soit transmise de façon la plus digeste possible.

Un large segment de touristes est à la recherche d'expériences où une histoire passionnante leur est contée. Il sera aisé de répondre à ce besoin de contenu et de profondeur en mesure d'être transmis en mode narratif ludique, puisque c'est justement l'histoire d'une grande épopée qui sera au cœur du propos du M.F.N.P.W., le récit d'une réalité qui dépasse la fiction, reposant sur des personnages colorés plus grands que nature.

(G) TOURISME D'ATTRACTION

Le M.F.N.P.W. sera en mesure d'attirer également des visiteurs motivés en premier lieu par la recherche d'un pur divertissement.

En raison entre autres de la croissance du segment famille parmi les clientèles touristiques, la capacité à proposer des expériences culturelles en mesure de tabler sur un axe de divertissement fort devient un levier pour attirer des visiteurs qui, autrement, n'auraient pas souhaité inclure un attrait de type historique ou patrimonial à un séjour.

Afin de devenir un attrait touristique incontournable, le Musée entend ponctuer d'émotions et d'expériences immersives et participatives son contenu riche en apprentissages comme l'expose déjà le *Plan muséologique*, <https://bit.ly/2WBhrsO>, de 220 pages. La clientèle du Musée sera invitée, par exemple, à embarquer sur un radeau qui sera navigué par des professionnels sur la rivière des Outaouais.

4.7 Profil et nombre de touristes à Gatineau et à Ottawa

Plus de 3 M de visiteurs ont convergé vers la région de l'Outaouais québécois en 2018, faisant entrer des recettes touristiques dépassant les 435 M\$. De tous ces visiteurs, 40 % proviennent de l'extérieur du Québec, dont 3 % sont Américains et 1 % sont des voyageurs internationaux en provenance de pays autres que les États-Unis.

De l'autre côté de la rivière, à Ottawa, ce sont 11 M de personnes qui ont visité la ville jumelle cette même année, une augmentation de 8,7% par rapport à l'année précédente. Parmi eux, il est estimé que 66 % étaient Ontariens, 26 % provenaient d'autres provinces et 8 % étaient des voyageurs internationaux. **Leurs dépenses ont dépassé les 2,3 G\$, soit cinq fois plus qu'à Gatineau. Soulignons que la Commission de la capitale nationale (CCN) porte la charge que chaque Canadienne et Canadien inclut dans son *wish list* la visite de la région de la capitale nationale. Il s'agit d'un bassin en mouvement de 37,59 M de citoyens.**

Une part substantielle de tous ces visiteurs est fortement intéressée au cours de leur découverte à inclure la visite d'attrait culturels d'envergure, comme le reflètent les chiffres d'achalandage des principales institutions muséales de la région. La présence d'un nouveau musée national emblématique sur les *Raftsmen*, soit le pavillon Montferrand du M.F.N.P.W., profitera aussi de cette réponse favorable. Qu'on soit visiteur, politicien, diplomate, gouverneur général, invité de marque, scientifique, fonctionnaire, entrepreneur, professeur ou étudiant, **tous sont invités à traverser au centre-ville de Gatineau, où l'on va repérer facilement le M.F.N.P.W. avec un minimum d'efforts publicitaires.**



4.8 Bassin de clientèle dans le « triangle populeux » et la « zone d'influence »

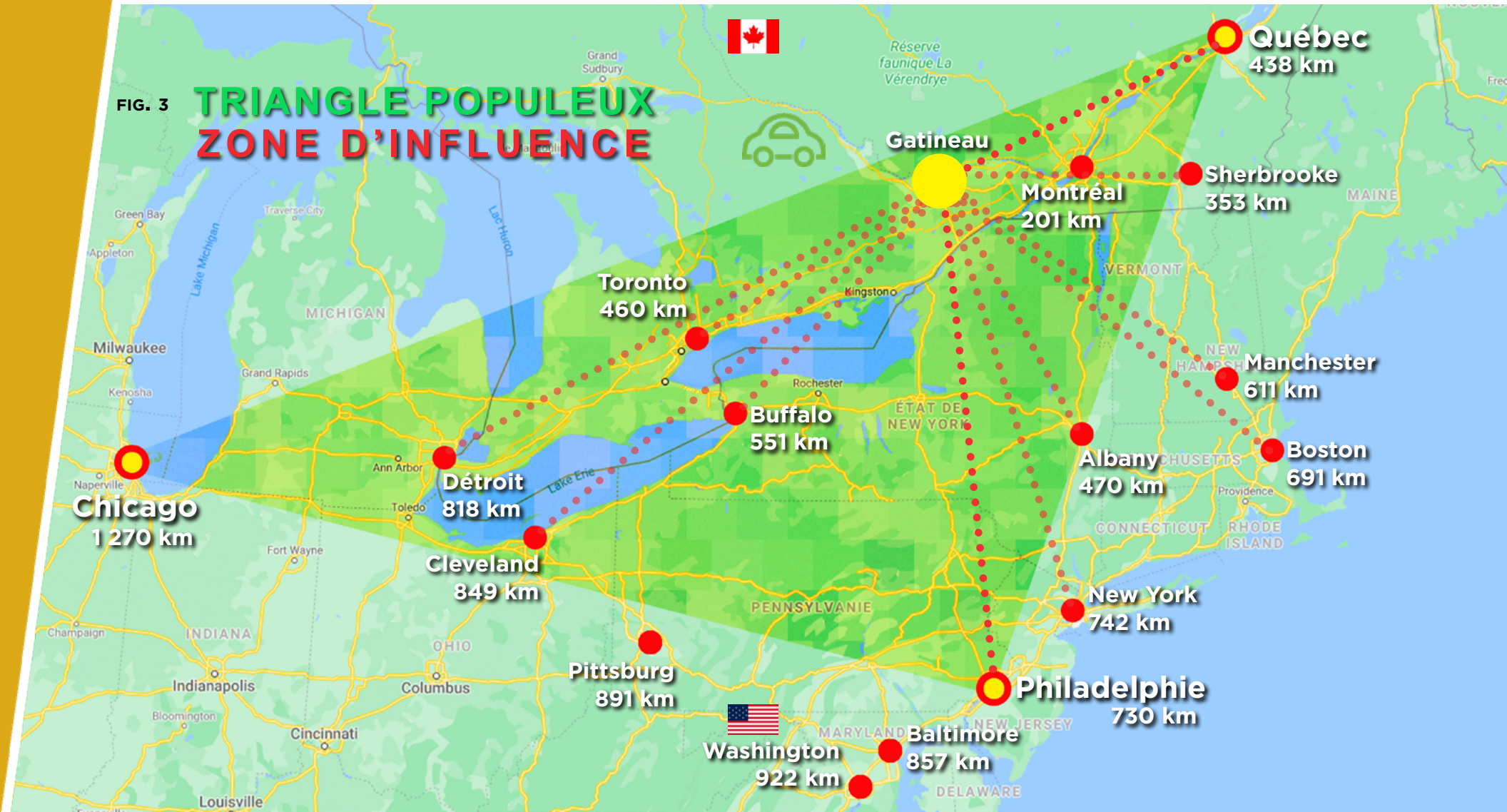
Le M.F.N.P.W. consacrera une partie substantielle de ses efforts de promotion à attirer particulièrement la popu-

lation qui se trouve dans le triangle formé par les villes de Québec—Chicago—Philadelphie. À elle seule, cette zone triangulaire réunit près de 60 % de la population, soit 220 M d'habitants du Canada et des États-Unis.

Nous superposons à ce «triangle populeux», ce que l'on nomme la « zone d'influence » qui englobe

FIG. 3

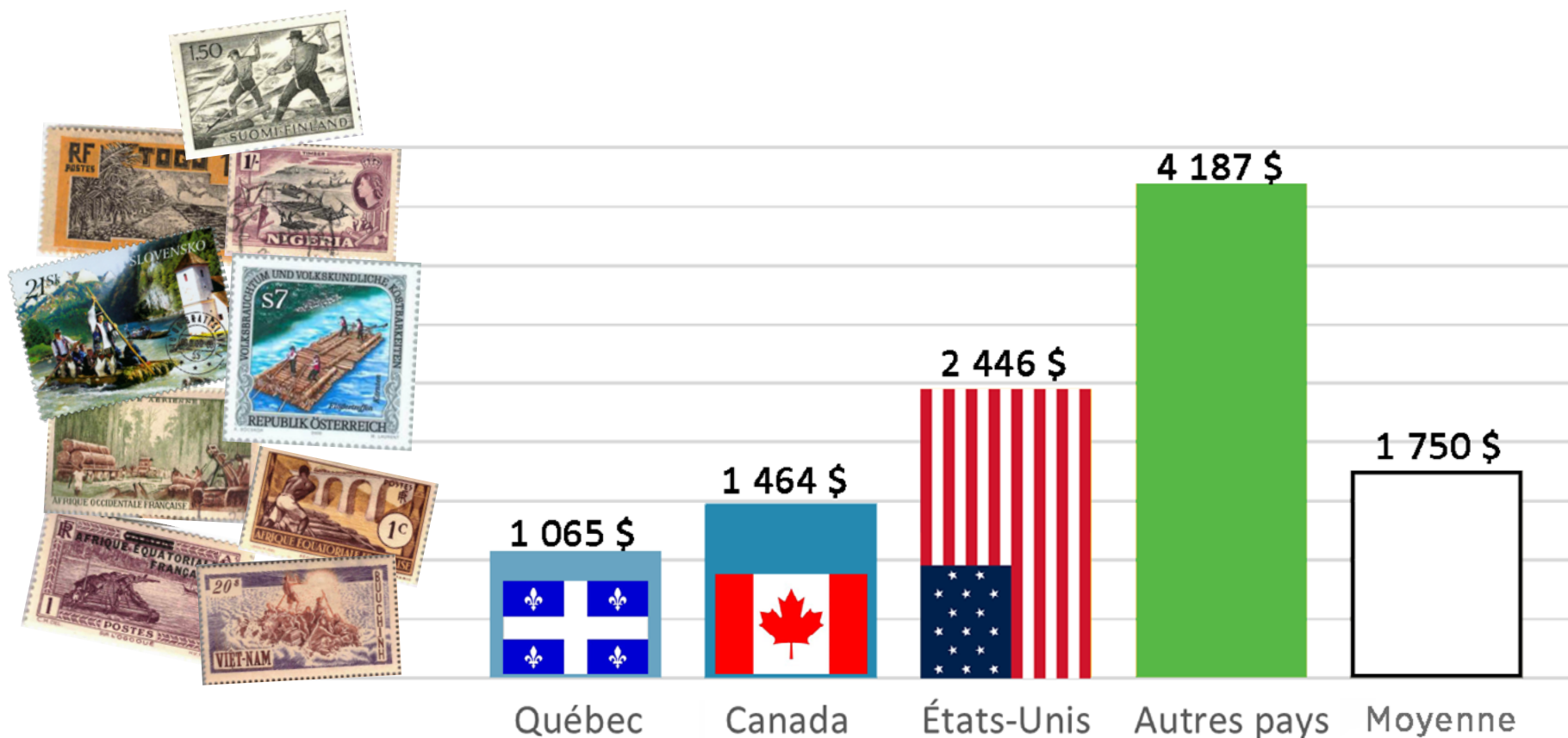
TRIANGLE POPULEUX ZONE D'INFLUENCE





une clientèle potentielle pouvant se déplacer avec un véhicule à un point d'intérêts publicisé et qui est situé à **une distance d'au plus 800 km, soit 500 miles**, de leur domicile. Pour le Musée, cette zone d'influence permet l'accès à la clientèle de grandes villes telles que Détroit, Cleveland, Buffalo, Philadelphie, New York, Albany,

Boston, Manchester du côté américain, ainsi que Québec, Montréal, Sherbrooke, Toronto et sa couronne, Windsor et Kingston du côté canadien. **Toutes ces villes sont localisées dans un rayon de moins de 800 km du M.F.N.P.W., à Gatineau, ce qui nécessite un déplacement de voiture de tout au plus 8 heures.**



Dépenses d'un groupe de voyage, ou d'une cellule familiale, selon son origine

FIG. 4 [cf. Explications supplémentaires à la page 45 qui suit, sous la section 5.3 (B).]

Le M.F.N.P.W. permettra les escapades d'un week-end comprenant 2 nuitées et 2 journées d'activités, agrandissant la tarte touristique au bénéfice de toute la région. Ce style de voyage est aussi parfait pour les sorties scolaires prolongées.

Comme illustré sur le tableau de la page précédente, une étude du Ministère du Tourisme du Québec de 2011 [note 2] a évalué que chaque **unité familiale de touristes québécois** entraîne des retombées économiques de 1 065 \$. Il faut compter 1 464 \$ pour les **touristes canadiens** (excluant le Québec), 2 446 \$ pour ceux des **États-Unis**, comparativement à 4 187 \$ pour les touristes provenant d'autres pays, soit une **moyenne de 1750 \$ des dépenses totales des touristes par groupe de voyage, par séjour au Québec.**

Puisque, selon Alliance de l'industrie touristique du Québec [note 3], chaque dollar dépensé par les touristes rapporterait environ **0,70\$ à l'économie québécoise, la retombée économique directe de visiteurs américains par exemple s'élèverait donc à 1 712 \$ par unité familiale.**

Comme illustré à la fig. 4 de la page précédente, la ventilation des dépenses selon la provenance des touristes confirme que, de manière générale, plus on vient de loin, plus on dépense.



4.9 Clientèles gouvernementales

Quand le Sénat et la Chambre des communes sont actifs, le M.F.N.P.W. attirera les sénateurs et les députés fédéraux de tout le pays, incluant bien entendu les représentants des circonscriptions du Québec. Ces derniers transitant habituellement via l'aéroport international Macdonald-Cartier d'Ottawa, seront appelés à **traverser effectivement la frontière interprovinciale afin de passer davantage de temps au Québec, à Gatineau, et, même d'y séjourner.** Ils trouveront sur le site du Musée un lieu de rencontres stimulant, contribuant directement à l'achalandage des cafés, des boutiques, des centres d'artistes (Daïmon, Axénéo7, Ateliers du Ruisseau), la Galerie Montcalm, le Théâtre de l'Île, La petite G'ART, des restaurants, des auberges et des hôtels gatinois.





4.10 Partenariat en développement des clientèles

Avec la mise en place du M.F.N.P.W., nouvel équipement culturel qui possède une forte personnalité, le modèle de Gatineau peut se transformer en ville culturelle affriolante qui décorera plus richement l'image du Québec et du Canada. Le M.F.N.P.W. est un lieu de mémoire des plus grands exploits du territoire, du pays.

Cette économie mauve novatrice à Gatineau, de facture québécoise, va se développer côte à côte avec sa ville jumelle Ottawa qui cherche déjà à séduire des touristes de tout le globe. **L'économie mauve renvoie à la prise en compte du culturel en économie.**

Rappelons que la région d'Ottawa-Gatineau est éloignée de l'axe touristique dominant du Saint-Laurent (Québec-Niagara). Elle a donc toute avantage à renforcer son réseau interprovincial d'infrastructures culturelles et muséales. **C'est avec audace que la province du Québec doit s'afficher pour mieux ancrer son héritage distinct, légitime et pécunieux au sein du Canada.**

Gatineau, porte d'entrée canadienne sur le Québec, s'ouvre sur le monde par la présence des 135 ambassades et consulats dans la capitale canadienne, Ottawa. Cette position s'équipe avec la thématique du M.F.N.P.W. qui rejoint une réalité universelle ancestrale de fabrication et de navigation par radeaux de bois. Ce mode de transport apprivoisé sur les cinq continents a cependant connu un destin hors du commun au Québec et au Canada, au XIX^e siècle, par la nature des opérations industrielles gigantesques. Ce fait d'armes est reconnu

outremer depuis longtemps grâce aux pavillons canadiens des Expositions universelles, dont celle de Paris en 1867 (<https://bit.ly/3ovO8oS>), mais aussi plus récemment par l'International Association of Timber-Raftsmen (IATR) qui regroupe 13 pays dont le Canada — Allemagne, Autriche, Italie, France, Espagne, Pologne, Tchéquie, Roumanie, Slovaquie, Lettonie, Bosnie-Herzégovine, Finlande. Suite à une procédure de sélection du pays hôte parmi ses membres, l'IATR organise un événement majeur international où le public est convié à se mouiller, afin de vivre l'expérience d'embarquer sur un radeau et à découvrir grâce aux porteurs de tradition, un patrimoine immatériel unique encore vivant.

Le milieu des affaires, présent sur les deux rives, accueille déjà favorablement l'arrivée du pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright, puisque le potentiel d'attractivité de cette grande région sera rehaussé avec ce nouveau joueur.

Véritable produit d'appel sur les *Raftsmen*, ce musée se retrouvera au cœur des efforts de promotion de la région. Il consolidera les réseaux touristiques déjà en place telles la *Route des Explorateurs* ou la *Route Champlain*, qui relient les régions de l'Outaouais, des Laurentides et de l'Abitibi-Témiscamingue. **Il participera également à la mise en place d'un passeport (LaPasseCapitale) valide sur le circuit touristique interprovincial pour visiter plusieurs des sept attractions** : M.F.N.P.W., Musée canadien de l'histoire, Musée des beaux-arts du Canada, Château Laurier, Parlement fédéral, Cour suprême, Musée canadien de la guerre.

Tous ces partenariats sont un avantage indéniable pour y parvenir ainsi qu'un atout précieux pour se tailler une place parmi les grandes destinations internationales.

Pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright





4.11 Clientèles mondiales

Qu'elles proviennent de l'Amérique du Sud, l'Eurasie, de l'Océanie et de l'Afrique, les clientèles internationales sont nombreuses à voyager en groupe.

Dans l'Est du pays, les tours opérateurs qui les accueillent leur proposent des circuits passant de la ville de Québec aux chutes Niagara, s'arrêtant en route à Montréal et Toronto. Le couloir touristique de la rivière des Outaouais, principal affluent du fleuve Saint-Laurent, serait pourtant dans la logique des choses.

Unique au monde, le pavillon Montferrand du M.F.N.P.W. est en mesure d'influencer les canaux de vente et le comportement en mettant l'accent sur les trois « E » — *Educational, Emotion, Entertainment* — pour attirer les divers publics. En vivant l'expérience d'être sur un radeau de bois, la clientèle sera immergée dans l'histoire.

Les clientèles asiatiques et européennes argentées sont intéressées par l'histoire. Soulignons qu'il existe la route européenne du patrimoine industriel qui est un réseau d'infrastructures touristiques formant un itinéraire touristique à travers 42 pays, incluant la Hongrie, ayant pour thème le patrimoine industriel (www.erih.net). Les férus de ces patrimoines s'y donnent rendez-vous comme ils le feront, chez nous, pour comprendre les clés du passé industriel canadien sur les lieux mêmes de son origine.

Comme échantillon, comparons ces deux images ci-contre prises à 6 783 km de distance. William James Topley, en 1880, a immortalisé nos cageux sur la rivière des Outaouais au pied du parlement canadien. Un siècle plus tard, vers 1930, Lajos Kozák a photographié sur le Danube à Budapest cette scène de radeliers près du parlement hongrois. Comparez-les, le train de bois du Canada est tout simplement surdimensionné.

5 RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU M.F.N.P.W.

« Culture et tourisme ont toujours été intimement liés. » – Francine Desbiens

5.1 Impacts de l'achalandage du Musée

Les dépenses faites par les touristes ont une incidence économique souvent sous-estimée. Le Québec, par exemple, tirait jusqu'à la pandémie 2,5 % de son produit intérieur brut de cette industrie, pour un total de près de 10 G\$. Un peu plus de 30 000 entreprises étaient actives dans les secteurs associés au tourisme, ce qui représentait 12,2 % de toutes les entreprises du Québec. Celles-ci assuraient l'emploi de quelque 402 000 personnes, c'est-à-dire plus de 9 % de tous les emplois de la province [note 4].

Les effets de la covid-19 sur le tourisme seront bientôt chose du passé. L'industrie se relèvera, quelque peu différente, mais certainement plus forte encore, avec une soif de vivre, d'apprendre et un besoin de découvrir notre passé, notre monde et ses cultures ressentis de façon possiblement plus aiguë que jamais.

Ses retombées apporteront de nouveau de l'eau au moulin de nos économies, générant des revenus fiscaux dont nos gouvernements ont bien besoin. Songeons que sur chaque dollar dépensé par les touristes, l'Alliance de l'industrie touristique du Québec a évalué qu'environ 0,70 \$ profite à l'économie québécoise [note 5]. Et selon

Tourisme Canada, chacun de ces dollars rapporte près de 0,28 \$ aux trois ordres de gouvernement [note 6].

L'évaluation des retombées économiques du M.F.N.P.W. présentée ici prend pour modèle un document réalisé en 2011 par Tourisme Québec intitulé *Enquête sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil au Québec*.

Elle tient compte des retombées directes et indirectes des activités touristiques sur l'économie, nous permettant de prendre conscience de l'ampleur des retombées d'un projet de la nature du M.N.F.P.W.

5.2 Définitions des retombées

(A) RETOMBÉES DIRECTES

Elles incluent les emplois créés ou maintenus chez les fournisseurs de moyens d'hébergement, les restaurants, la vente au détail, le transport terrestre (p. ex. navette/taxi/location de voiture) et les revenus supplémentaires des gouvernements du Québec et fédéral (impôts sur salaires et gages, taxes de vente, taxes spécifiques, parafiscalité) [note 7].



(B) RETOMBÉES INDIRECTES

Elles tiennent compte des emplois créés ou maintenus dans l'ensemble de la chaîne des fournisseurs, selon la masse salariale qui en résulte, selon la valeur ajoutée dans l'économie du Québec et finalement selon les recettes supplémentaires des deux paliers de gouvernement [note 8].

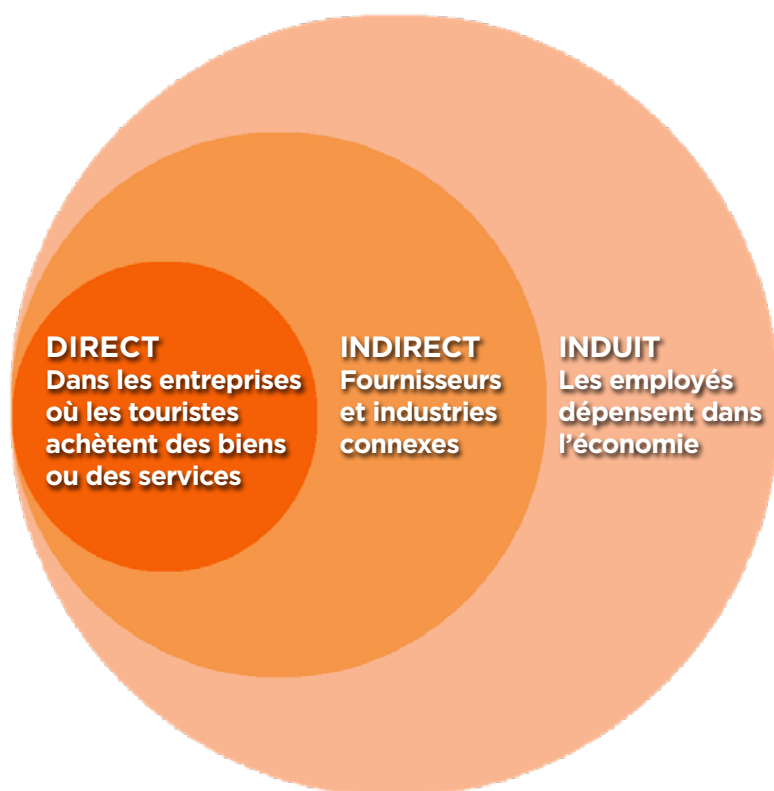


FIG. 5

5.3 Paramètres de l'évaluation des retombées

(A) NOMBRE DE VISITEURS

L'évaluation des retombées économiques qui suit se base sur une estimation du nombre de visiteurs au M.F.N.P.W. pour ses deux premières années d'opération qui correspondrait à 70 % de l'achalandage du MCH, soit 900 000 visiteurs annuellement.

(B) DÉPENSES QUOTIDIENNES PAR NUITÉE SELON L'ORIGINE DES VISITEURS

Selon l'*Enquête sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil au Québec* réalisée par Tourisme Québec en 2011, les touristes au Québec ayant fréquenté un lieu d'accueil ont dépensé 1 750 \$ au cours de leur séjour. Ces dépenses comprennent l'hébergement, le transport au Québec (excluant les frais de transport pour entrer au Québec ou au Canada), la restauration, le magasinage, les loisirs et divertissements et les autres dépenses.

Cette somme est en fait une moyenne, car le montant dépensé varie grandement selon l'origine des visiteurs, comme le démontre le tableau de la page 39 (fig.4). Les touristes américains et internationaux dépensent respectivement au cours de leur séjour près de deux fois plus et près de quatre fois plus que les Québécois ou que les Canadiens hors Québec qui visitent la province (fig.4 , p.39). **Un Québécois et un Canadien dépenseraient en moyenne 294 \$ par nuitée [note 9], alors que nous estimons qu'un Américain en dépenserait près de 489 \$ et un visiteur international environ 550 \$** (fig.6 , p.48).

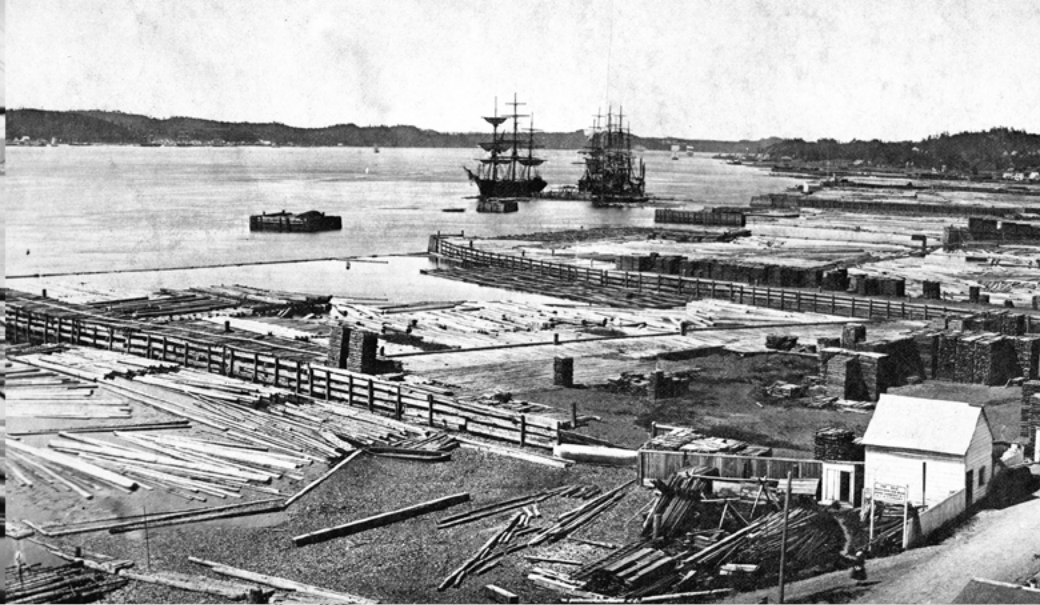


(C) DÉPENSES MOYENNES TOTALES DES VISITEURS PAR GROUPE DE VOYAGE

L'Enquête sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil de Tourisme Québec a permis de déterminer que 38 % des touristes ont décidé de prolonger leur séjour dans la région visitée suite à leur passage dans l'un des bureaux de tourisme. On en déduit qu'une proposition touristique alléchante a le pouvoir d'inciter un important pourcentage de touristes à demeurer sur place plus longtemps.

S'inspirant de cette donnée, l'évaluation qui suit tient compte d'un pourcentage de 20 % de visiteurs qui prolongeront leur séjour d'une nuitée pour venir visiter ce lieu touristique hautement attractif que constituera le M.N.F.P.W. et d'un pourcentage estimé à 13 % (soit 60 % de 20 %) pour les voyageurs internationaux puisque ceux-ci disposent généralement de moins de flexibilité pour modifier la durée de leur séjour une fois sur place.

En ce qui a trait à la répartition géographique du point d'origine des visiteurs et aux dépenses quotidiennes effectuées selon leur lieu d'origine qui sont utilisées ici, elles sont estimées à partir de données émanant de Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, Tourisme Québec et Tourisme Ontario [note 10].



5.4 Projection des retombées économiques

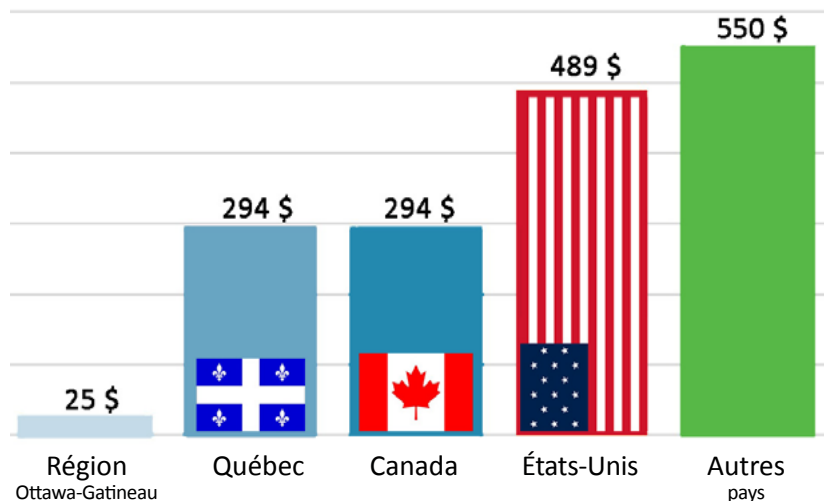


FIG. 6 Dépenses journalières du visiteur selon son origine

Nos prévisions d'achalandage, sur le court terme, pour le M.F.N.P.W. sont de nature conservatrice. L'arrivée de la nouvelle institution attirera de nombreux curieux dans la région de la capitale nationale. Avec un achalandage estimé de 900 000 visiteurs dès la première année au M.F.N.P.W., les dépenses faites par les touristes ont une incidence économique significative. La stratégie de mise en marché doit tendre résolument vers la clientèle internationale, car un visiteur international dépense 550 \$ quotidiennement alors que le Canadien atteint une moyenne quotidienne est de 294 \$.

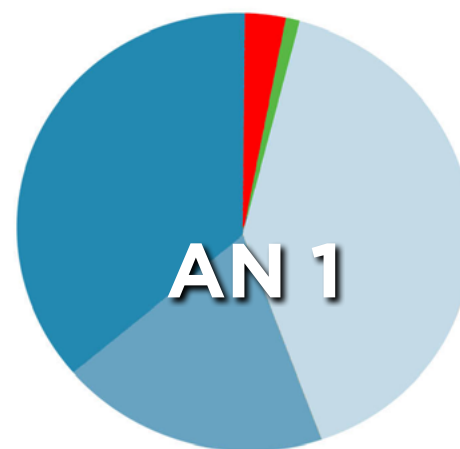


FIG. 7 Répartition des 900 000 visiteurs

1 %	9 000 touristes internationaux
3 %	27 000 Américains
36 %	324 000 Canadiens
20 %	180 000 Québécois
40 %	360 000 locaux interprovinciaux

La projection d'achalandage des visiteurs la première année atteindra 900 000 visiteurs. La clientèle régionale interprovinciale sera fidélisée avec le renouvellement des expositions temporaires. **L'impact du M.F.N.P.W. sur le produit intérieur brut au prix du marché est de 60,2 M\$.**

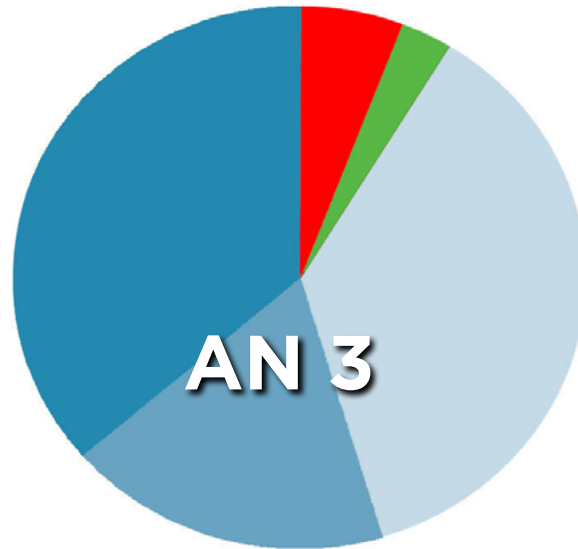


FIG. 8
Répartition du 1 M de visiteurs

3 %		29 000 touristes internationaux
6 %		57 000 Américains
36 %		364 000 Canadiens
19 %		190 000 Québécois
36 %		360 000 locaux interprovinciaux

L'achalandage des visiteurs la 3^e année atteindrait un million de visiteurs, et ce, en misant sur l'augmentation de l'affluence internationale à hauteur de 225% avec 86 000 visiteurs de l'étranger. **L'impact du M.F.N.P.W. sur le produit intérieur brut au prix du marché est de 68,4 M\$.**

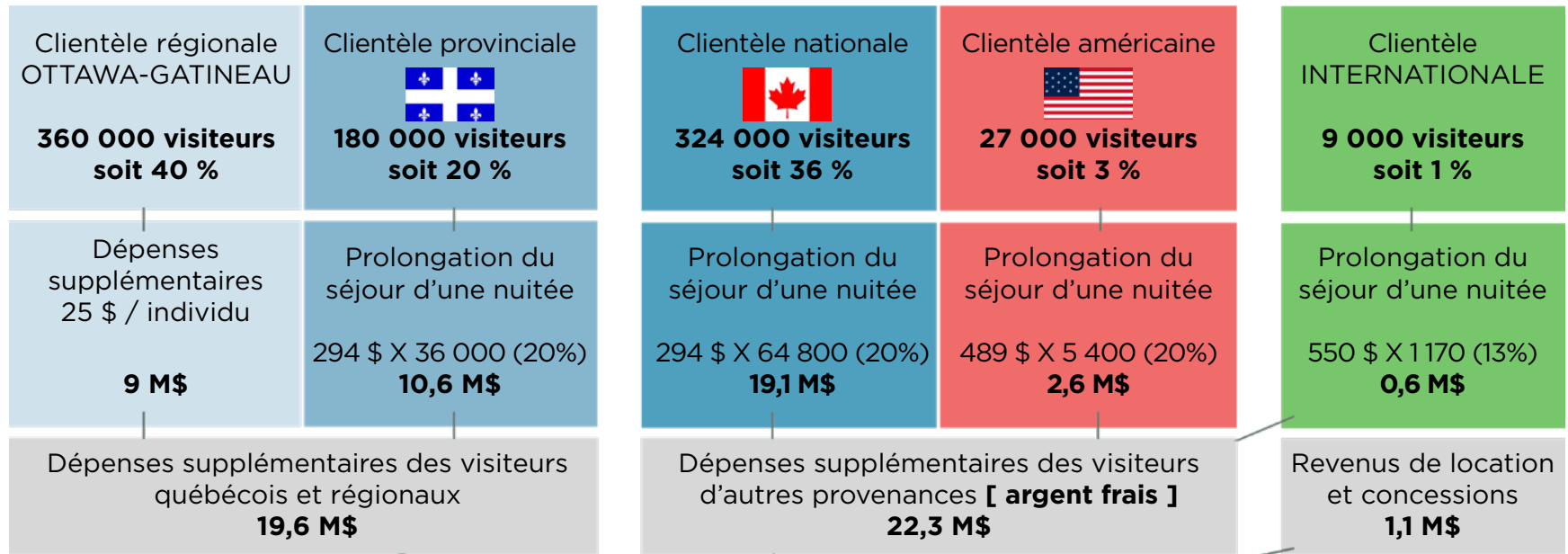


FIG. 9
Répartition du 1,5 M de visiteurs

11 %		159 000 touristes internationaux
15 %		227 000 Américains
37 %		554 000 Canadiens
13 %		200 000 Québécois
24 %		360 000 locaux interprovinciaux

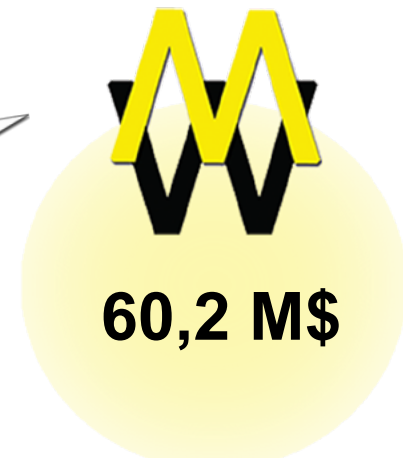
L'achalandage des visiteurs la 5^e année atteindrait 1,5 million de visiteurs en misant sur l'augmentation de l'affluence internationale de 288 % (entre l'année 3 et 5) avec 386 000 visiteurs de l'étranger, mais aussi avec le flux pancanadien. **L'impact du M.F.N.P.W. sur le produit intérieur brut au prix du marché est de 110,9 M\$.**

Pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright

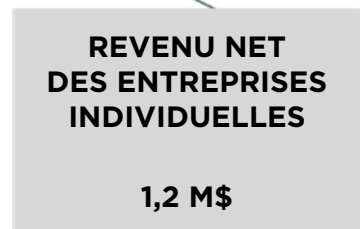
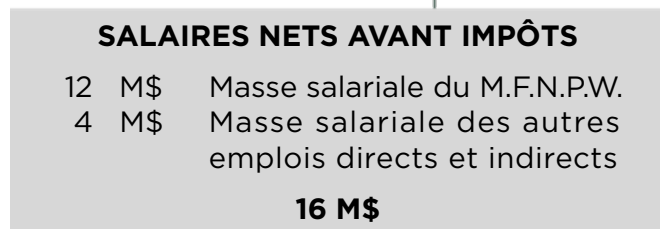


RETOMBÉES DIRECTES SUPPLÉMENTAIRES 43 M\$

AN 1

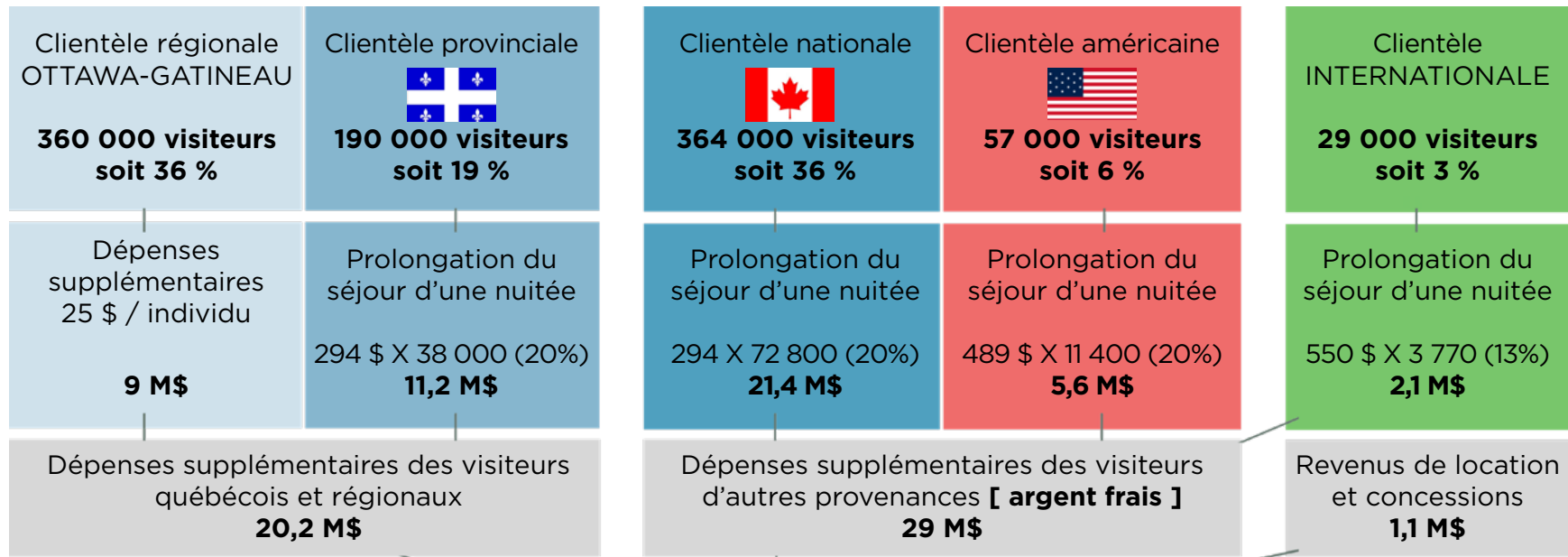


VALEUR AJOUTÉE AU PRIX DE BASE 17,2 M\$



RETOMBÉES ÉCONOMIQUES avec 900 000 visiteurs

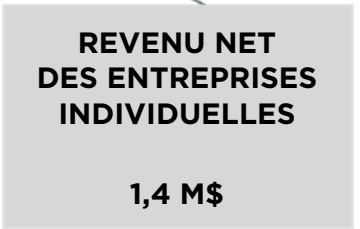
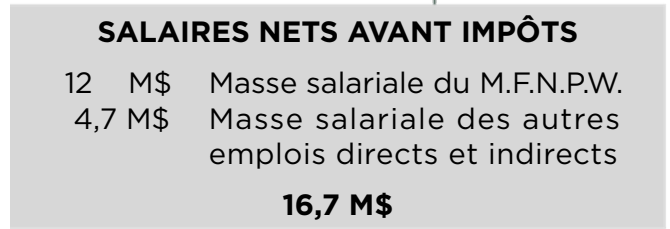
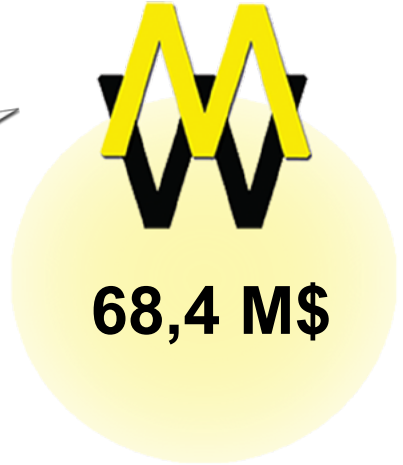
FIG. 10



RETOMBÉES DIRECTES SUPPLÉMENTAIRES 50,3 M\$

AN 3

VALEUR AJOUTÉE AU PRIX DE BASE 18,1 M\$



**RETOMBÉES ÉCONOMIQUES
avec 1 million de visiteurs**

FIG. 11

Pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright

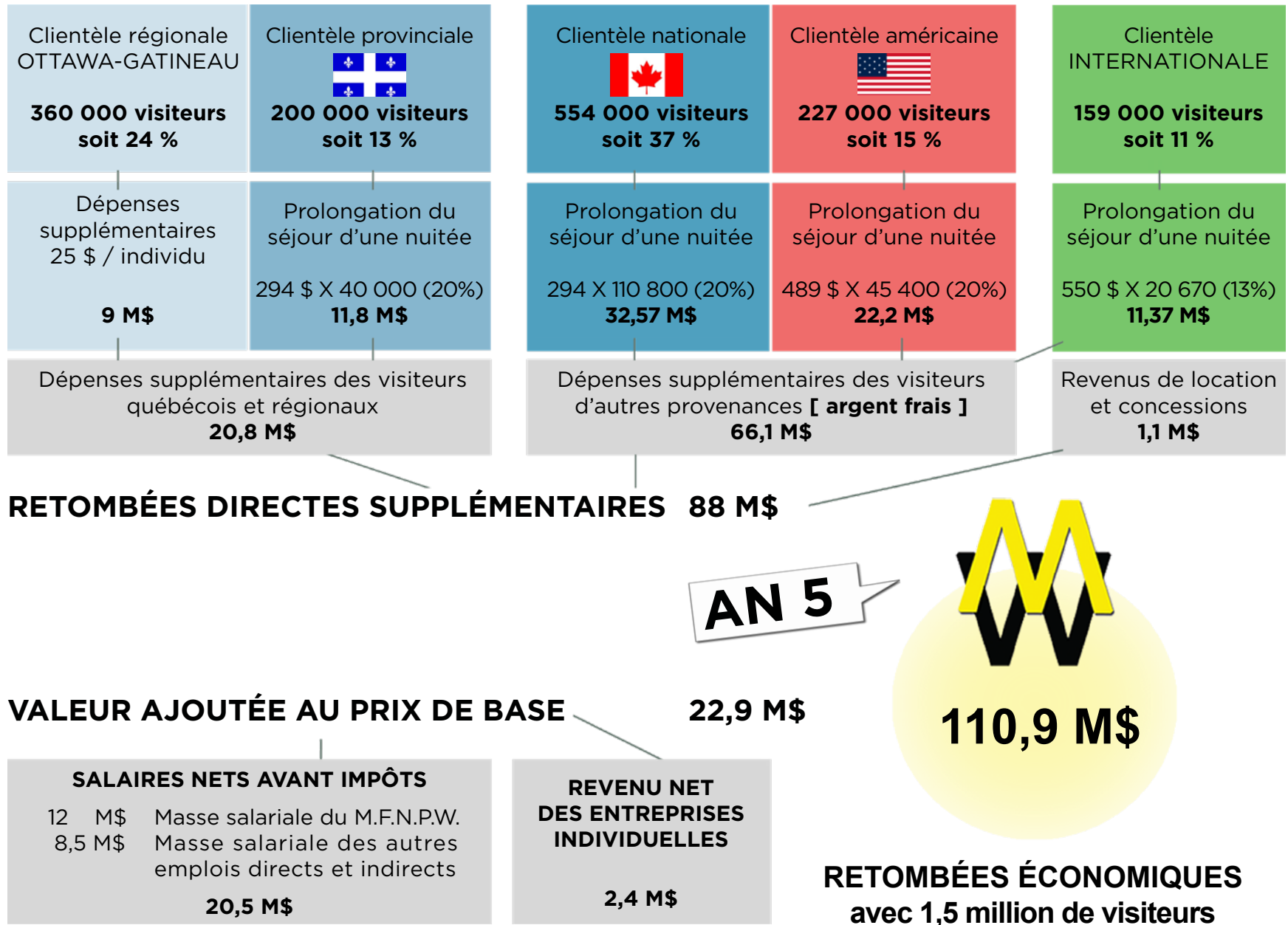
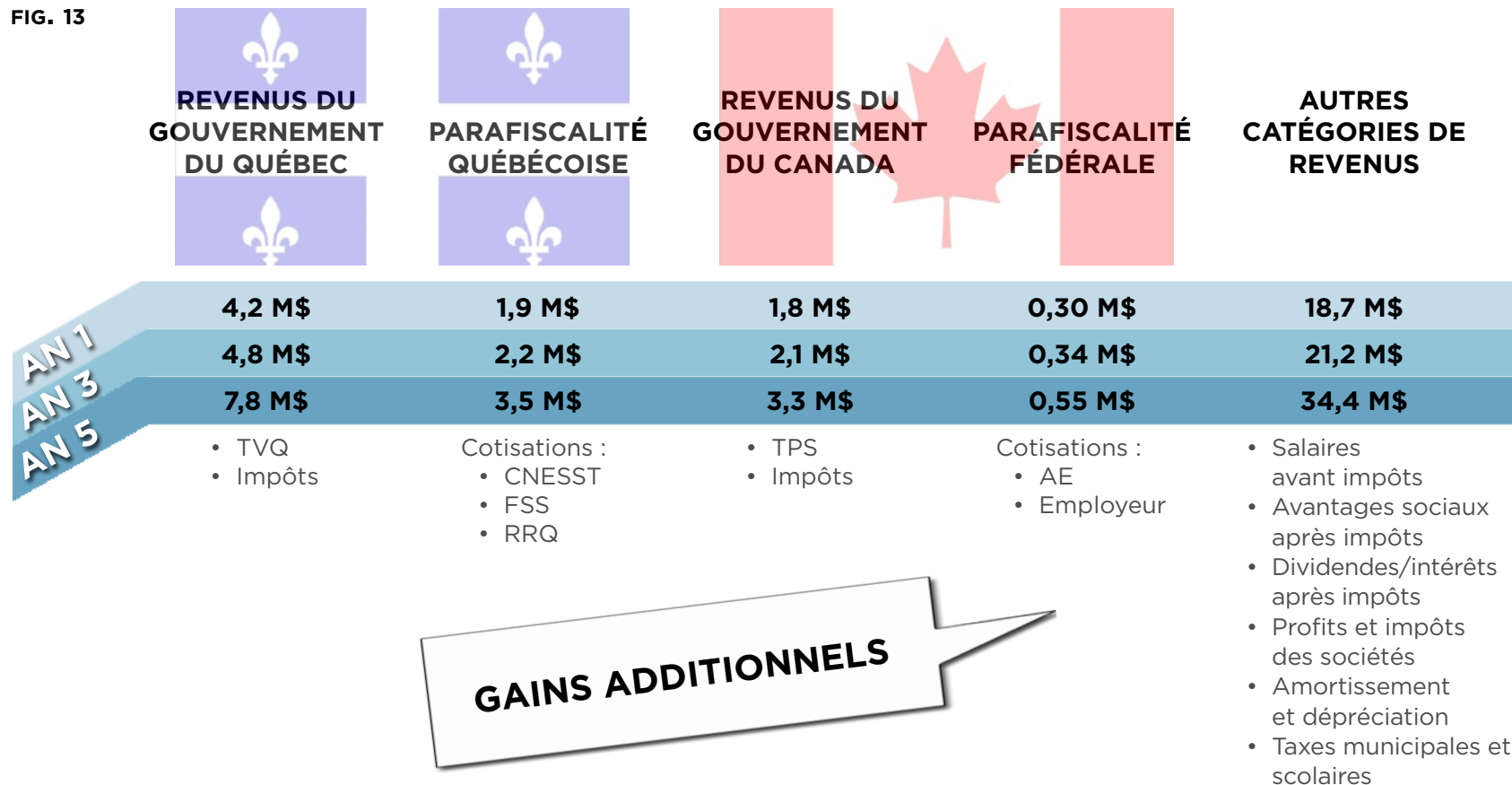


FIG. 12

FIG. 13



En se basant sur les projections d'achalandage estimées, **dès l'an 1, des dépenses touristiques supplémentaires de 43 M\$ seront injectées à l'économie québécoise** et il est évalué que 60,2 M\$ seront ajoutés au produit intérieur brut au prix du marché. On y associe des revenus fiscaux de 4,2 M\$ pour le gouvernement du Québec et de 1,8 M\$ pour le Canada.

Venant s'ajouter aux 160 emplois à temps plein du M.F.N.P.W. qui a une masse salariale annuelle de 12 M\$, l'incidence économique induite par les retombées

représente l'équivalent de :

- **154 emplois** créés hors M.F.N.P.W. au 1^{er} anniversaire,
- **182 emplois** créés hors M.F.N.P.W. au 3^e anniversaire,
- **325 emplois** créés hors M.F.N.P.W. au 5^e anniversaire.

Suivant la croissance des clientèles projetées par Resonance Canada inc., les visiteurs passeront à 1 M à l'an 3, puis à 1,5 M de visiteurs à l'an 5. Les retombées totales atteindront alors 68,4 M\$ dès la troisième année d'opération et totaliseront 110,9 M\$ la cinquième année.

5.4 Le nouveau Musée national à coût net zéro

Le délai de récupération des investissements, tel qu'il appert du tableau ci-contre, est de quatre ans.

Dès la 4^e année d'opération, il est estimé que non seulement les coûts de construction, mais également les coûts d'opération annuels auront été entièrement épongés par les revenus fiscaux des gouvernements qui découlent des retombées directes et indirectes du M.F.N.P.W..



Quand la réalité dépasse la fiction

Il a fallu deux mois au premier train de bois réalisé en 1806 par Philemon Wright pour franchir la distance d'environ de 250 milles marins (460 km) séparant la rivière des Outaouais à Québec.

Remarquable travail d'ingénierie, un train de bois pouvait assembler une centaine de radeaux de bois, contenant ainsi jusqu'à 3 000 pièces de bois équarri.

Ces immenses trains de bois formaient de véritables îles flottantes mesurant 500 m sur 60 m (1600 pi sur 195 pi).

La valeur d'un de ces trains de bois serait aujourd'hui de 8 M\$. Au cours de la saison de production de 1852, il y a eu 80 trains de bois carré qui ont passé aux chutes des Chaudières, soit une valeur de 640 M\$.

Durant la majeure partie du XIX^e siècle, l'Outaouais fournissait 80 % à 90 % de la ressource pour tout le Canada, leader mondial de l'industrie du bois.

Ce bois était dirigé vers le port de Québec, classé au troisième rang des ports d'Amérique, après ceux de New York et de La Nouvelle-Orléans.

Un peu plus tard, c'est également sur les rivières Outaouais, sur la rivière Saguenay et aussi la Saint-Maurice que se trouveront les plus grands moulins à scie du monde. Suivra l'arrivée d'usines de pâte et papier qui va provoquer l'utilisation du sapin et de l'épinette en Amérique du Nord, un changement occasionné par la plus grande rareté du pin blanc vers 1910.

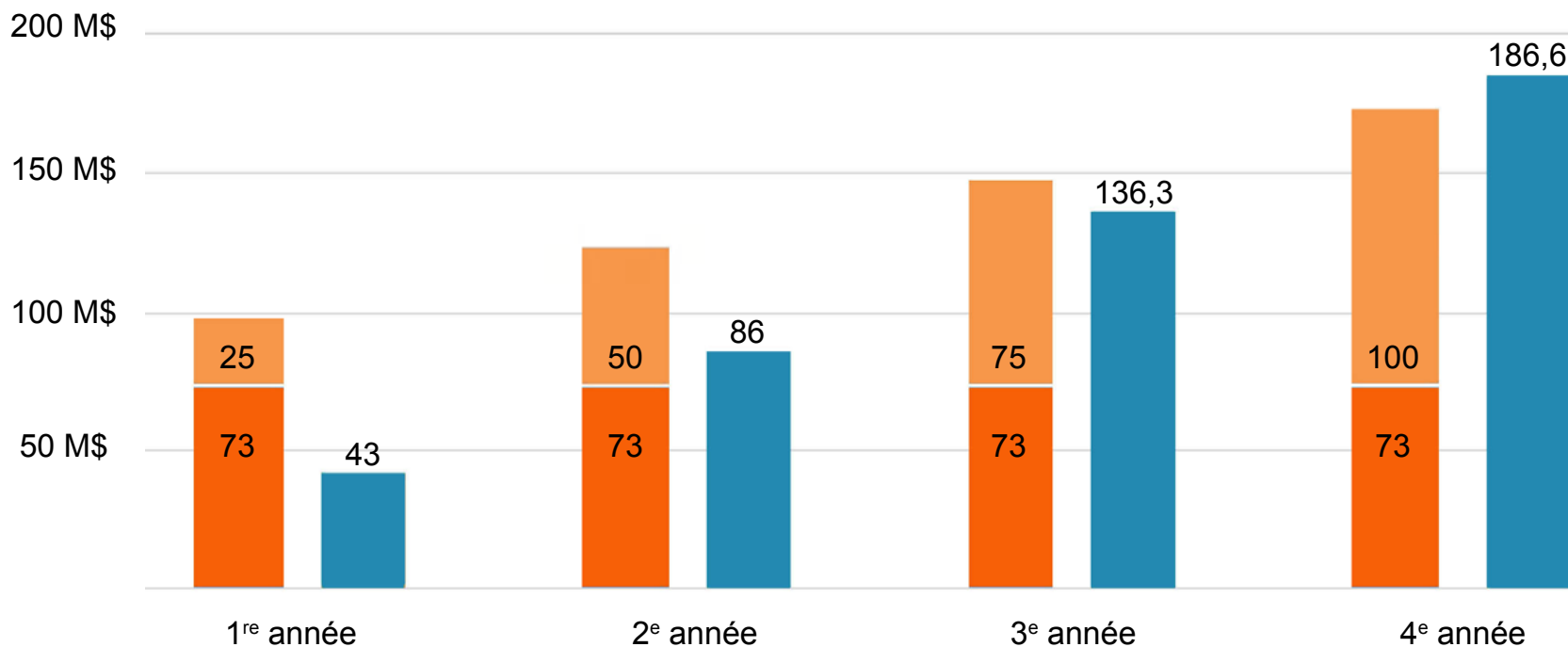



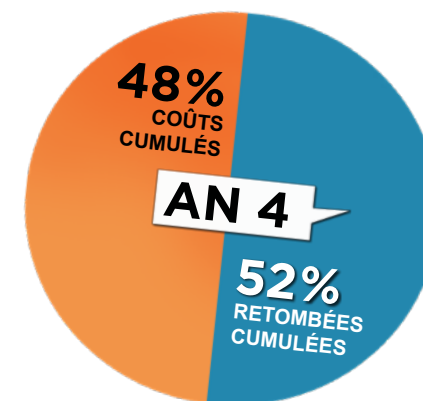


FIG. 14

-  Retombées annuelles directes cumulées et récurrentes
-  Coûts d'implantation uniques 73 M\$ (cf. P.24)
-  Coûts d'opération cumulés 25 M\$ / an (cf. P.24)

Équivaut à 9 trains de bois carré

Équivaut à 3 trains de bois carré



6 ACCÉLÉRATEUR EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

« Plus vous saurez regarder loin dans le passé, plus vous verrez loin dans le futur »
— Winston Churchill

6.1 Retombées culturelles et sociales

Le pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon Wright est non seulement signifiant et inspirant, il est essentiel à l'avenir de la région et de la province.

- Il constituera un phare identitaire pour l'ensemble des Québécois et Québécoises, et fera briller le Québec dans tout le Canada et à l'international en plus de marquer notre territoire face au parlement.
- De son statut de porte d'entrée du Québec, le positionnement de l'Outaouais deviendra la porte de l'avenir du Québec, un avenir fermement ancré dans un positionnement de destination touristique incontournable, au même titre que les plus grandes capitales occidentales.

Des métropoles partout à travers le monde, avec beaucoup moins d'atouts historiques, ont eu ce génie d'avoir la vision de célébrer leur passé industriel. Cette mise en valeur de leur héritage a remporté un franc succès et en a fait des lieux de grande attractivité, générant des retombées économiques massives.

Le Québec possède un patrimoine d'exception lié à l'ère canadienne des cageux inscrite au cœur du récit national, et dont les exploits sont exaltés dans

Le Chant national (nom original d'Ô Canada) écrit en 1880 [note 11]. Pendant plus d'un siècle, la rivière des Outaouais a été le siège d'une construction navale atypique, celle des cages en bois équarri destinées au commerce canado-britannique qui a influencé la destinée des forces mondiales de l'époque. Les *Raftsmen* du XIX^e siècle, héros nationaux, ont profondément marqué l'histoire de la Région de la capitale nationale qui est le berceau en Amérique du Nord du *Wood Rush*, endogène à la révolution industrielle du Canada.

6.2 Échéancier d'implantation

À votre droite, cette représentation graphique constitue une proposition de l'échéancier de restauration, de construction et de réalisation du pavillon Montferrand du M.F.N.P.W.. Avec l'appui des gouvernements locaux et supérieurs, le pavillon Montferrand du futur Musée fluvial national Philemon-Wright peut être livré en 2030, soit au 150^e anniversaire de la création de l'hymne national devenu *de jure* en 1980, cent ans après son écriture.

Toutefois celui-ci pourrait être devancé s'il est de la volonté des instances gouvernementales de mettre le projet sur pied plus rapidement dans une perspective de relance économique accélérée. En 2022, la ville de Gatineau célébrera son 20^e anniversaire et en 2027, le Québec commémorera le 225^e anniversaire de naissance de Jos Montferrand (1802-1864).

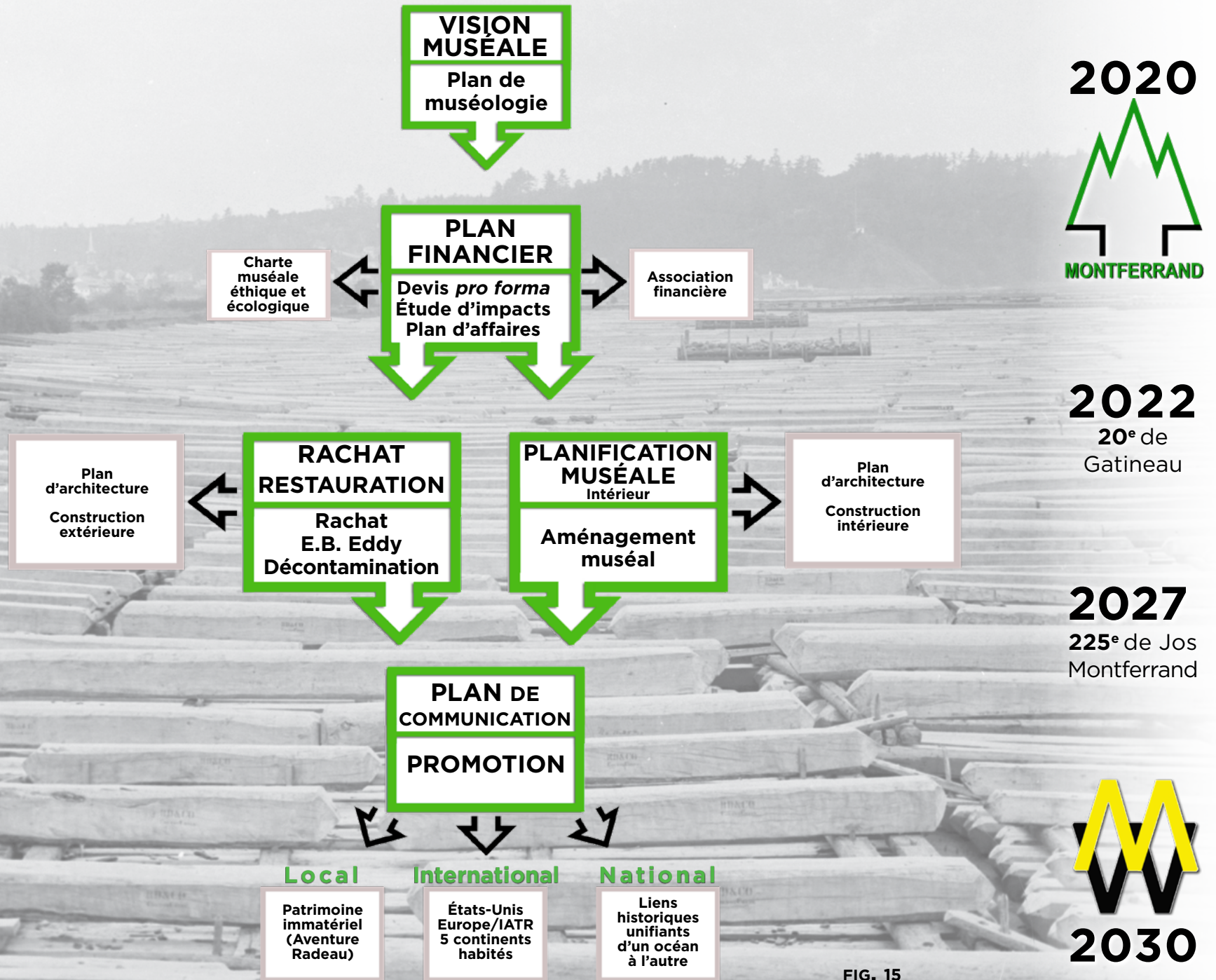


FIG. 15

6.3 M.F.N.P.W., phare innovant québécois

« **Comment reconnaître une innovation ? De toutes parts nous sommes assaillis de recettes miracles, de solutions prêtes à emporter et pourtant...**

On tente de dessiner un futur durable sans pour autant connaître notre passé. À un point tel que ce qui bloque l'innovation, ce n'est pas le manque de bonnes idées, mais leur dilution dans un raz-de-marée d'informations périmées. Raconter notre histoire, c'est l'opportunité de purger l'arbre idéologique tout en identifiant les obstacles à l'écoulement du temps présent. Autrement dit, raconter notre histoire, c'est aussi la transformer. », nous explique Jesse Schnobb, fondateur d'Aorasia Consultant.

Notre histoire, c'est aussi l'aventure migratoire entreprise par Philemon Wright parti avec cinq familles de Woburn, près de Boston aux États-Unis, afin d'envisager une colonie autosuffisante en Outaouais. Wright a poursuivi son rêve où cette région est devenue l'épicentre économique du Canada, en attirant des travailleurs par milliers afin d'exporter le bois vers l'Angleterre puis à l'international. Sa vision l'a transformé en *Philemon Wright l'entrepreneur*. Célèbre maître de cages et légende, Jos Montferrand, l'entrepreneur, a su rassembler et diriger les *Raftsmen* (cageux), ces marins atypiques sur nos grandes rivières. C'est au risque de leur vie que ces hommes ont construit l'économie moderne du pays.

Nous pouvons ainsi comprendre que c'est la marche vers la première révolution industrielle, de notre histoire.

Cette époque, par la suite, a fait place à la 2^e révolution industrielle, caractérisée par le fort développement des technologies de l'énergie incluant le passage de la vapeur à l'hydro-électricité, ou encore l'usage de la chimie pour les pâtes et papiers. C'est ici en Outaouais dans le berceau de l'industrialisation à grande échelle qu'E.B. Eddy en a marqué le début.

À ce point-ci, citons de nouveau M. Schnobb :

Resonance Canada et leurs collaborateurs inscrivent leur projet muséal dans la mouvance actuelle de la 3^e révolution industrielle en transcendant dans une vision innovante au-delà du modèle entrepreneurial de 1^{re} et 2^e révolutions industrielles. Ils sont passés à l'action afin de construire un tel modèle à travers le projet du Pavillon Montferrand du Musée fluvial national Philemon-Wright. Inspirés par le légendaire Jos Montferrand et l'illustre Philemon Wright, ils ont entrepris la création de ce musée il y a plusieurs années avec toute la fougue et la vigueur nécessaire afin de le concrétiser.

Or, chemin faisant, l'équipe s'est aussi transformée pour actualiser le modèle d'affaires aux défis de notre époque. Témoin de cette transformation, nous constatons que cette expérience leur a permis de transformer le concept de leadership organisationnel en celui de leadership collectif.

Puisque l'histoire est collective, sa définition doit l'être tout autant. **Nombreuses sont les expertises qui seront essentielles pour développer un modèle d'entrepreneuriat collectif innovant. Nous évaluons que**



pour créer ce Musée, il est nécessaire de développer un leadership partagé qui est indispensable à l'émergence muséale des Outaouais. Comme les glissoires pour les radeaux, c'est un point de passage obligatoire pour poursuivre la route des *Raftsmen* dans les meilleures conditions possibles.

Même s'il a l'avantage d'être plus durable, le développement d'un modèle collectif est toujours lent à produire ses effets. Du reste, nous sommes les premiers à voir le chemin évolutif collectif sur les conséquences immédiates d'une telle entreprise. Ce chemin à travers le temps nous **mène de la réappropriation du patrimoine identitaire à la conscientisation de l'héritage préservé, pour enfin aboutir à la pérennisation de sa transmission.** L'arrivée du Musée est le point de départ pour alimenter cette transmission pérenne au niveau éducatif, émotif et expérientiel de façon innovante.

Notre volonté est de faire mieux connaître notre appartenance à cette histoire qui inscrit avec fierté l'Outaouais et ses peuples fondateurs français et anglais ainsi que les Premières Nations dans celle de la révolution industrielle.

Ce document a été édifié afin de mieux apprécier la pertinence de ce grand projet qui s'arrime à la collaboration énergique et active de partenaires et collaborateurs pancanadiens qui faciliteront sa réalisation. Nous vous invitons à vous joindre à nous.

ALEXANDRE PAMPALON
CHEF DE PROJETS PRIORITAIRES
RESONANCE CANADA INC.

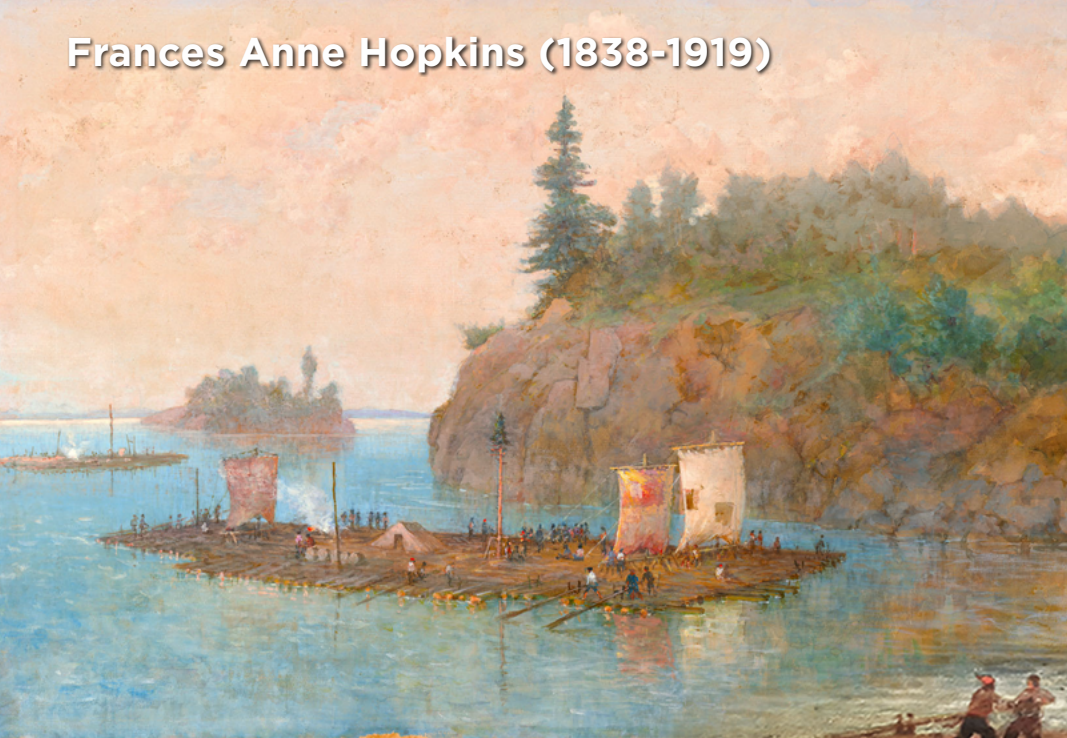


7 RECOMMANDATIONS

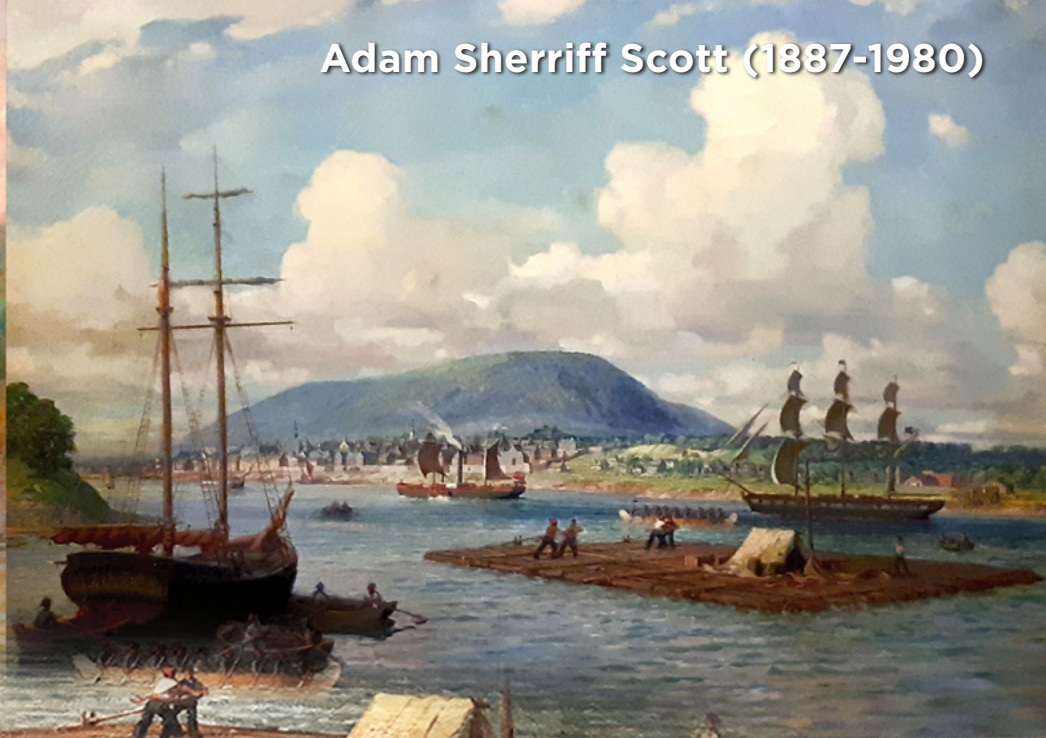
Dans une logique d'esprit constructif et de relance post-covid, voici nos recommandations :

- 1. Recommandation 1** : Doter la ville de Gatineau — 3^e plus grande agglomération du Québec et haut lieu de l'histoire forestière en Amérique du Nord qui a été témoin des exploits de nos héros nationaux *Raftsmen* (cageux) et draveurs — du M.F.N.P.W., musée national, d'ici 2030.
- 2. Recommandation 2** : Prévoir le rachat de l'hectare où sont situés 8 bâtiments essentiels à la réalisation du projet et restaurer cet ancien complexe industriel E. B. Eddy afin d'y implanter le M.F.N.P.W. en garantissant la conservation et la mise en valeur de la ressource archéologique tout en collaborant étroitement avec les Premières Nations.
- 3. Recommandation 3** : Désigner l'organisme A.B.C. Stratégies pour coordonner le projet muséal avec le support du Centre de recherches et engagements en excellence (CREE), dans le modèle de prégouvernance du M.F.N.P.W.. Voir P.62, <https://bit.ly/2WBhrsO>
- 4. Recommandation 4** : Respecter l'esprit des lieux à l'île Philemon et aux chutes des Chaudières, et protéger les droits ancestraux autochtones reliés à ce site religieux et culturel pour que les Premières Nations puissent aussi en privé y manifester, pratiquer, promouvoir et enseigner leurs traditions, coutumes et rites religieux et spirituels.
- 5. Recommandation 5** : Envisager, sur le site de la E.B. Eddy, la possibilité d'ajouter un centre d'interprétation ou un pavillon muséal pour les Premières Nations et aussi, un musée spécialisé, par ex. dans l'histoire régionale.
- 6. Recommandation 6** : Inciter les entrepreneurs à investir en cohérence avec le district historique industriel — phare identitaire à portée internationale — pour augmenter le rayonnement culturel, social, économique et environnemental tout en contribuant à la hausse de la valeur du parc immobilier du centre-ville et la croissance des rôles municipaux.
- 7. Recommandation 7** : Faire figure de leader en jetant les bonnes bases pour la réutilisation des monuments historiques E.B. Eddy en réalisant le M.F.N.P.W., et rentrer dans une logique de concordance avec les autres juridictions pour une stratégie de mise en valeur, en réseau, du patrimoine proto-industriel et industriel immobilier relié au berceau de l'industrialisation canadienne (*Wood Rush*).
- 8. Recommandation 8** : Prévoir un paysage culturel et revitaliser le centre-ville gatinois avec la grande institution culturelle du M.F.N.P.W. pour mettre en valeur ce district historique industriel dont la portée est pancanadienne et qui est situé au cœur de la ville de Gatineau.
- 9. Recommandation 9** : Travailler en collaboration avec la communauté et les différents acteurs pour prévoir un quartier intelligent dans lequel on y fait de l'interprétation des sites patrimoniaux et des édifices classés afin que les habitants ou les visiteurs puissent prendre le pouls de l'histoire du site historique national des chutes des Chaudières et de la E.B. Eddy.
- 10. Recommandation 10** : Entamer une analyse de prérealisation du projet avec une équipe pluridisciplinaire pour entamer ou parfaire les analyses touchant le rachat de la E.B. Eddy, la restauration et la modernisation de la E.B. Eddy, la mise en place des expositions du M.F.N.P.W., la mise en place de l'intendance du M.F.N.P.W., les opérations du M.F.N.P.W. et du CREE.

Frances Anne Hopkins (1838-1919)



Adam Sherriff Scott (1887-1980)



Lucius R. O'Brien (1832-1899)



Cornelius David Krieghoff (1815-1872)



Frances Anne Hopkins (1838-1919)

FAH

8

NOTES ET RÉFÉRENCES ICONOGRAPHIQUES

NOTES

1. Année de référence 2019 (p.34, *Plan de muséologie* du Musée fluvial national Philemon-Wright <https://bit.ly/2WBhrs0>).
2. cf. <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/enquete-lieux-accueil-11-10-11.pdf>.
3. cf. <https://alliancetouristique.com/lindustrie-touristique-en-chiffres/>.
4. Gouvernement du Québec, *Portrait de l'industrie touristique*, 2018
5. Alliance de l'industrie touristique du Québec, 2006
6. Ministère du Tourisme Canada, 2011
7. *Comment mesure-t-on les retombées économiques d'un projet?*, Gérald LeBlanc, professeur retraité d'économie Université Laval, revue Reflets, mars 2019
8. Représentation graphique illustrée dans le document *Impact économique du tourisme à Ottawa*, préparé pour Tourisme Ottawa par InterVISTAS Consulting, 2019
9. Dépense additionnelle par nuitée indiquée dans le *Rapport annuel de Tourisme Outaouais*, 2019.
10. *Statistiques RTO-10*, Regional Tourism Organizations, Ontario, 2017 ; *Rapport annuel*, Tourisme Outaouais, 2019 ; *Rapport annuel*, Tourisme Ontario, 2019 ; *Enquête sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil au Québec*, Tourisme Québec, 2011.
11. Paroles du juge Adolphe-Basile Routhier (1839-1920) et musique de Calixa Lavallée (1842-1891).

PROVENANCE DES ŒUVRES ET PHOTOGRAPHIES

Fonds muséal d'archives d'A.B.C. Stratégies — Page couverture : UN dollar canadien de la série 1973-87 illustrant le célèbre *Missinaibi* devant le parlement canadien. Au total, 3,4 milliards de coupures ont circulé. L'image a été numériquement modifiée pour laisser apparaître « Québec Canada » ; P.6 : *A log Jam, Harper's Weekly*, 2 avril 1887, 245 ; P.15 : *The Duke and Duchess Shooting the Timber-Slides at the Chaudière Falls, The Illustrated London News*, 19 Oct. 1901, 567 ; P.17 : Numérisation - plaque de verre T.M. McAllister n°781-1292, *Piles of lumber*, Canada, date inconnue ; PP.18-19 : Photographie du complexe industriel E.B. Eddy par Alexandre Pampalon ; PP.39-40 : Collection de timbres thématique sur l'industrie forestière à travers le monde. Don de la Boutique Philatélie Québec. P.28 : *Timber Raft*, Harper's New Monthly Magazine, 1858, 452 ; P.29 : Objet promotionnel de Will's Cigarettes, *Timber Rafts - no. 1 Overseas Dominions - Canada*, Imperial Tobacco Co., date inconnue ; PP.35 et 46 : Illustrations d'Arthur Heming publiées dans l'ouvrage *The living Forest*, du même auteur, Toronto, 1925, planches n°s 29 et 189 ; P.31 : Coupures de journaux du *Le Devoir* (19 septembre 2020), *Le Droit* (31 octobre 2020) et *Le Journal de Montréal* (15 novembre 2020) ; P.37 : Numérisation - plaque de verre Underwood n°404-6233, *Log raft containing millions of feet of timber, Columbia River*, date inconnue. PP. 33, 40, 42, 43, 61 : Photographies tirées de sites internet publics (scrimshawgallery.com, ebay.ca, hungarytoday.hu, senecanada.ca, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Joggins_raft.jpg). Précisons que l'œuvre représentant une marine nocturne est signée par l'Américain John Stobart et est intitulée

« L'histoire nous apprend qu'aller de l'avant, c'est réinventer la manière d'y parvenir » — Alexandre Pampalon

Moonlight Encounter on the Mississippi ; P.54 : Billet touristique, 0 euro 2017 (aucune valeur fiduciaire), *Le radeau de la Méduse* ; P.33 : gravure centrale *The Ocean Voyage of a Timber Raft*, de Schell and Hogan, *Harper's Weekly*, 8 septembre 1883, 573).

Archives de la ville de Québec — P.47 : (photo centrée en haut), *Timber Depot Quebec avec voilier*, n° inventaire N084053.

Art Gallery of Ontario — P.61 : peinture de Cornelius David Krieghoff (1815-1872), *Raft in Danger in the St. Lawrence*, 1866, n° 2009/426.

Bibliothèque et Archives Canada : P.13 : G.A. Eliot, 1825, n°4138620 ; P.32 : Banque de données sur les brevets canadiens de 1869-1919, brevet de Hugh R. Robertson, 1^{er} janvier 1885, n°23095 ; PP. 11, 57, 59, 63 : n°s inventaires a149093, PA-024304, a011370, a010238 et e011154197 ; P.61 : peinture de Frances Anne Hopkins (1838-1919), *The Timber Raft*, vers 1868, PA-2838095 / e000756713 ; P.47 : photo en haut à droite PA-3372375.

Bibliothèque et Archives nationales du Québec — P.25 : Collection du Studio Livernois n° inventaire O3Q_P560_S1_P000115 ; p.47 (photo en bas à gauche) O7H_P19S2D26P3 ; P. 63 : photo en bas à gauche O8Y_P207S1S51P65, photo en haut à gauche P83.D61.

Champlain Trail Museum and Pioneer Village — P.63 : photo en bas à droite, *Pet River Log Rolling*, n° inventaire 580 ; photo du bas centré, *Pet River Log Boots*, n° inventaire 579.

Collection privée Paul Leet Aird - Université de Toronto — P.22 : a01118 (photographie illustrant un article paru dans *The Forestry Chronicle*, 2016, vol. 92, n° 4, <http://forestry.utoronto.ca/>). Cette photographie a été colorisée avec l'aimable collaboration de Daniel Cécire de Maniwaki.

Collection privée Molson Cors — P.22 : peinture de Sherriff Scott (1887-1980), 1862. Photographie par A.B.C. Stratégies à la brasserie Molson Coors (près de la salle John Molson), 1670 rue Notre-Dame Est à Montréal.

Collection américaine archives.gov « Restored Patent / Drawings » — P.33 : En bas à gauche, dessin de David Gordon pour le brevet d'un radeau, 14 février 1818, n° inventaire 149285920/2912X. Lien URL <https://catalog.archives.gov/id/149285920>.

Musée des beaux-arts du Canada — P.61 : peinture de Lucius R. O'Brien (1832-1899), *Ottawa, vu de la Rideau*, 1873, n° 30573.

Musée McCord — P.47 : (photo en haut à gauche) Collection William Notman (1826-1891), *Chargement de bois équarri à bord d'un bateau par bâbord devant, Québec, QC, 1872*, n° inventaire I-76319.2 ; (photo centrée au bas) Collection William James Topley, *Cuisine sur un radeau, rivière des Outaouais, Ont.-QC, vers 1885*, n° inventaire MP-0000.121 ; P.47 : (photo centrée à gauche) Collection William Notman (1826-1891), *Train de bois sur la rivière des Outaouais*, vers 1890, n° inventaire V2980.

Ontario Archives — P.47 : (photo en bas à droite) I0010889.

Parc provincial Algonquin - Parcs Ontario — P.10 : a01118.

Royal Ontario Museum — P.61 : peinture de Frances Anne Hopkins (1838-1919), *Timber Raft on the St. Lawrence*, n° 962.37.

Société patrimoine et histoire de l'île Bizard (SPHIB) — P.47 : (à droite au centre), n° inventaire 23, CD-ROM « L'ère des cageux, une épopée du XIX^e siècle », <https://www.sphib-sg.org/histoire/lerc-des-cageux/>.





CAGEUX ET DRAVEURS, UNE LÉGENDE QUÉBÉCOISE ET CANADIENNE



LE
DOLLAR CA-
NADIEN DE LA SÉRIE
1973-87 ILLUSTRE LE *MIS-
SINAIBI* PHOTOGRAPHIÉ PAR
MALAK. REPOSANT SUR UN NOM
AUTOCHTONE QUI SIGNIFIE *EM-
PREINTES LAISSÉES PAR L'EAU*, CE
SYMBOLE DE LA GLORIEUSE ÉPOPÉE
DE LA DRAVE A CIRCULÉ EN 3,4 G
DE COUPURES. LE MOUILLAGE DU
MISSINAIBI SURVIENT 146 ANS
APRÈS CELUI DU *COLUMBO*,
PREMIER TRAIN DE BOIS DE
PHILEMON WRIGHT EN
1806.

QUEBEC CANADA - BANK OF CANADA