



les
goélettes
du chantier au musée
— 75 ans — 40 ans

Rapport annuel



2021



 **MUSÉE MARITIME**
de Charlevoix

305, rue de l'Église
Saint-Joseph-de-la-Rive (Québec)
G0A 3Y0

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	2
RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE	4
L'an de grâce 2021	4
Liste des membres du conseil d'administration	5
RAPPORT DE LA DIRECTION GÉNÉRALE	6
Directorat, leitmotive et au revoir	6
ORGANIGRAMME	10
L'équipe	10
Les Amis du Musée	12
Le Secrétariat	13
Formations	13
ACCUEIL	13
L'accueil	13
La boutique	15
Les groupes	15
Les forfaits	16
La Papeterie Saint-Gilles	17
L'achalandage	17
Des randonneurs généreux	18
Lutte aux maringouins	19
LES ÉVÉNEMENTS	20
Annulation d'événements au calendrier	20
28 mai : lancement de la 40 ^e saison avec l'arrêt du treuil	20
15 juillet : Concert du Domaine Forget	21
20 août : <i>Mise à l'eau</i>	22
5 septembre : 29 ^e édition des <i>Fêtes de la mer</i>	23
Dimanches gratuits	24
Décembre : Noël sur la 362	24
COMMUNICATIONS	25
Cahier spécial	25
Signalisation	25

Carte géographique _____	26
Pavillons _____	27
Dépliant _____	27
Bulletin _____	28
Relations de presse _____	28
Autre visibilité _____	29
Représentation et salons _____	29
Partenariats et memberships _____	30
Memberships _____	30
Comité touristique Les Éboulements / Saint-Irénée _____	30
Publicité _____	31
Internet et médias sociaux _____	31
rétroinformation _____	32
ANIMATIONS _____	35
Guide-interprète _____	35
Animations itinérantes _____	35
Bonification du programme d'animation pour les jeunes _____	36
Nouvelles expos _____	37
Location de salles et d'espaces _____	40
Entretien _____	40
LES GOÉLLETES _____	41
LES ARCHIVES _____	42
LES DONS, LEGS ET PRÊTS _____	42
PERSPECTIVES _____	44

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTENCE

Claude Lafleur, président

L'an de grâce 2021

Dans la vie du Musée, l'an de grâce 2021 laissera un souvenir impérissable, car il est celui où nous avons célébré les anniversaires de fondations du chantier et du Musée, obtenu les fonds pour protéger nos goélettes, reçu le plus grand nombre de visiteurs et adapté notre offre culturelle en milieu scolaire. On a aussi publié un livre, produit un balado, arrêté le vieux treuil et accueilli une nouvelle administratrice!



Si les célébrations du 40^e anniversaire de fondation du Musée et du 75^e anniversaire de mise en route du chantier ont coloré toute l'année 2021, rien ne tomba plus à point que l'engagement de la ministre Nathalie Roy à protéger les goélettes. Elle avait vu leur état le 20 mai lors de son passage. Elle s'était engagée à faire cheminer le projet dans le labyrinthe gouvernemental. Elle a tenu parole! En somme, elle a fait plus que n'importe quel autre ministre depuis la fondation du Musée.

« Grâce à une aide de 5 M \$ du gouvernement du Québec, grâce à nos généreux donateurs, grâce aussi aux fonds de réserve du Musée – il ne faut pas l'oublier – grâce à la pugnacité des Charlevoisiens, les goélettes, véritables trésors nationaux, seront enfin protégées des affres du temps. C'est plus de 7,2 M \$ qui seront investis ici dans le village. » (extrait du communiqué de presse du 20 novembre 2021)

La mise à l'abri des goélettes est aussi le résultat d'une campagne discrète et efficace de collecte de fonds menée par quelques membres du conseil d'administration auprès de deux grands philanthropes : Louis-Marie Beaulieu de Desgagnés et Denis Dupuis de QSL. Nous ne manquerons pas d'imagination pour les remercier haut et fort. Leur geste devrait être suivi par un ou deux autres leaders de l'industrie. Nous attendons des confirmations pour le printemps 2022.

J'ajoute un dernier clin d'œil. Il me plaît de signaler ici le rôle des femmes! D'ailleurs n'avions-nous pas placé ce 40^e anniversaire sous le mentorat des femmes au pays des goélettes? La protection pérenne des goélettes avait des marraines : Manon Lavoie, membre du conseil d'administration et directrice générale des chantiers du Groupe Océan et Marie Anne Rainville, directrice générale du Musée. D'ailleurs, ensemble, elles ont remis au goût du jour une très vieille tradition maritime : le dépôt d'une pièce de monnaie sous la coque pour porter chance au bateau. Elles ont voulu jouer de sécurité et recueilli, lors d'une petite cérémonie, sept pièces des mains de la ministre Nathalie Roy, de la députée Émilie Foster, du maire Pierre Tremblay, des capitaines Yvan Desgagnés et Gérard Belley, de Danielle Bouchard et moi-même pour porter

chance à l'avenir des goélettes et du Musée. Les pièces seront cachées à la fin des travaux prévue pour le printemps 2023.

Si l'an de grâce 2021 compte plusieurs succès, les membres du conseil d'administration comme l'équipe de travail rencontrent un défi : le comité des Amis du Musée. En effet, ce comité d'âmes généreuses collabore presque quotidiennement au Musée. Ces bénévoles sont aux archives, au conseil scientifique, au jardin, à l'entretien, aux Fêtes de la mer, à l'accueil des groupes, etc. Or, comme partout ailleurs où les bénévoles sont importants, force est d'admettre qu'ils gagnent presque tous en âge et que viendra le jour où la source pourrait être tarie. Si nous devons y penser maintenant, il faut aussi saluer les nouveaux arrivés : Claude Vézina, Jean-François Duquette, tous deux résidents de Baie-Saint-Paul et néoruraux, Patrice Lapointe, le généreux photographe professionnel qui est de tous nos événements avec son œil de lynx, et la nouvelle administratrice, Suzanne Bleau-Myrand dont la connaissance du milieu maritime n'a d'égal que son enthousiasme à collaborer.

Le Musée va bien à tout égard, notamment financier, parce qu'une équipe aguerrie de bénévoles agissent au conseil d'administration. Notre gratitude leur est acquise pour l'éternité comme je sais qu'il souhaite que je termine ce rapport comme s'est terminée l'année de grâce 2021 en annonçant le départ de notre estimée directrice générale, Marie Anne Rainville.

Toutes voiles dehors, elle a géré le Musée tout en développant, je le sais, un lien sacré avec le pays des goélettes.

LISTE DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

M. Claude Lafleur	Président	M. Julien Dufour	Administrateur
M. Renaud Beauchesne	Vice-président	M^{me} Manon Lavoie	Administratrice
M. Vincent Landry	Secrétaire	M. Carl Robitaille	Administrateur
M. Mark Donohue	Administrateur	M. Gilles Couturier	Administrateur
M^{me} Suzanne Bleau-Myrand	Administratrice à compter de septembre 2021		

RAPPORT DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

Marie Anne Rainville, directrice générale

Directorat, leitmotive et au revoir

Plusieurs affirment qu'il n'y a pas de hasard. Toujours perplexe devant une telle affirmation, au moment de réfléchir à cet ultime texte dans un rapport annuel du Musée, j'ai lu un long papier du regretté Roland Arpin, publié il y a trente ans, intitulé *Le Musée de la civilisation concept et pratiques*.



En avant-propos, il écrit : « (...) le Musée est au service du public. De cette conviction découlent l'ensemble des mesures qui sont prises pour bien accueillir les visiteurs et créer une atmosphère conviviale qui leur donne le goût d'y séjourner et d'y revenir. » Ses mots exprimaient sans l'ombre d'un doute la conviction qui m'a animée durant mon directorat.

D'entrée de jeu, Roland Arpin affirme son parti pris pour la communication, « car privilégier la communication commande une attitude de service pour transmettre, faire connaître »... raconter l'histoire des goélettes.

En regard des communications, j'avais quelques leitmotive. Le premier est que les visiteurs, très majoritairement québécois, avaient déjà, par leurs impôts, contribué à l'existence et au redéploiement du Musée. Ainsi, ils devaient être accueillis comme de la grande visite. D'autant qu'en Charlevoix, on sait recevoir!

Ensuite, j'avais fait du visiteur un personnage nommé *Short Gougoune*. Il était un urbain en vacances, souvent en famille, désireux d'apprendre en entrant dans un univers et non dans une salle de cours. J'aurais pu résumer : raconter l'histoire plutôt que de l'enseigner. Raconter avec l'émotion des marins et la rigueur intellectuelle du dictionnaire.

Parlant de l'émotion des marins et de leur famille, c'était l'angle à retenir pour rendre leur mémoire. Ne jamais être neutre, car le Musée appartient à ce village, à cette tradition, à cet héritage qui a une odeur, une couleur, un prix celui des vies de ceux et celles qui avaient contribué à faire voguer les goélettes fussent-ils mousses, marins, cuisinières ou armateurs. Ne pas regarder l'histoire d'en haut, mais de l'intérieur.

De plus, une bonne communication n'a qu'un sujet. Ainsi, s'est imposé de resserrer la mission du Musée autour des goélettes de bois ayant navigué et caboté sur le Saint-Laurent et les Grands Lacs et les familles les ayant opérées. Être le musée des goélettes installé en région et pour cause! Ce

patrimoine est celui des communautés riveraines éloignées, voire isolées. Saluer ce volet de l'histoire avec la rigueur, la qualité, l'inventivité de la muséologie contemporaine. Il va sans dire que l'agrément des institutions muséales du Québec en 2018-19 allait offrir à l'équipe l'occasion de redéfinir noir sur blanc la mission.

Avoir l'ambition d'être un lieu de patrimoine et de culture assez sérieux pour se mirer sans gêne dans le regard des gens du village, de la région que des autres hauts lieux de culture du pays et du monde. Fier comme une goélette toutes voiles dehors!

Pour tout cela, il fallait un équipage été comme hiver. Quelques personnes dévouées et dédiées à l'histoire qu'il fallait de mieux en mieux raconter, car chaque jour qui passe relaie les goélettes à l'histoire. La cohésion de l'équipe sera celle d'abord du conseil d'administration sous le leadership sensible, intelligent et généreux de Claude Lafleur. La cooptation de quelques membres, dont deux femmes d'expérience et du milieu maritime, et une gouvernance respectueuse des champs de compétence permirent d'offrir un milieu de travail et un lieu de bénévolat exempt de mesquinerie. Les valeurs de gouvernance du Musée induisent aujourd'hui les récents statuts et règlements (2020) et colorent le *Carnet de l'employé*. Le développement exigera toujours une équipe soudée par la culture de l'entreprise.

La saine gouvernance du Musée est d'abord le fait d'une équipe de bénévoles généreux et expérimentés qui souvent délèguent à d'autres bénévoles tout aussi généreux et expérimentés des aspects de l'action du Musée. Du Parc des navigateurs à l'accueil de groupes, aux Fêtes de la mer, aux archives, au comité scientifique, la rigueur et la générosité côtoient l'expérience et le don de soi. Les bénévoles du Musée irriguent son action. Leurs conseils comme leur amitié ont balisé mon heureux directorat.

Aussi l'œuvre bénévole appelle une gestion parcimonieuse des fonds du Musée. On ne peut pas dépenser sans compter quand d'autres ne comptent jamais leurs heures. C'est une belle pression morale et aussi un appel tout aussi silencieux qu'efficace au dévouement de membres rémunérés de l'équipe. Voir une ancienne directrice d'école, un ancien capitaine, un pilote ou un ancien gestionnaire à quatre pattes pour désherber, épisser, administrer ou colorier avec les tout-petits, donne un sens à l'expression consacrée « et toute autre tâche connexe ».

Au nombre des obligations, il y eut toujours celle de souligner voire de célébrer chaque succès, chaque victoire, chaque don, chaque corvée, chaque nouveauté!

Année 2021

Comme tous les aspects de l'année seront traités et rapportés dans ce document, je m'attarderai à trois volets de notre action : les anniversaires de fondation, la mise à l'abri des goélettes et la pandémie.

Le 75^e anniversaire de fondation du chantier et le 40^e anniversaire du Musée teintèrent tout l'an 2021. D'abord une image pour faire image, un programme autour d'un thème. Le conseil d'administration a convenu rapidement que l'occasion était belle de rendre hommage aux femmes au pays des goélettes, fussent-elles à la roue ou à la direction du Musée. Évidemment, la pandémie mondiale réduirait le champ des possibles.

En lien avec ces célébrations et leur thème, le Musée allait me confier la mise en place d'une exposition temporaire et d'un balado de six épisodes. Grâce à l'appui et à l'ingéniosité de deux petites équipes de professionnels aguerris, le Musée mettrait en orbite au printemps l'exposition *Elles portaient leur nom* et le balado *Femmes au pays des goélettes*. Faisant cela, le Musée a aussi profité de ces anniversaires pour améliorer la connaissance et documenter un aspect méconnu de l'histoire formidable des goélettes.

De plus, avec le balado, le Musée élargissait son audience en dehors de ses murs en plus de se lier au vaste milieu des arts en associant trois artistes à son produit culturel numérique. La contribution financière du ministère de la Culture et des Communications a aidé le Musée à voir grand.

Chères goélettes

D'année en année, la protection pérenne des goélettes trouve une place prépondérante dans le rapport des actions et des espoirs du Musée. Comme par les années passées, ce fut un dossier exigeant tant sur le plan intellectuel, stratégique qu'émotif. D'aller-retour en rapport d'expertise, on a fini par déposer le bon projet avec le bon plan de financement. Sans l'appui indéfectible des membres du conseil, des amis du village et de tout Charlevoix, des professionnels de la firme Rayside/Labossière, le Musée aurait fait naufrage.

S'il y a eu des moments d'exaspération et de découragement, je garderai longtemps le souvenir de cette belle journée de juin 2021 où les fils d'Edmond, de Roger et de Maurice ont inspecté la Jean-Yvan. Ils avaient la connaissance et l'expérience des goélettes. Surtout leur présence, leurs conseils, leur amour des goélettes et de ce formidable pan de l'histoire maritime m'ont donné l'énergie de faire les derniers milles malgré l'écueil des exigences ministérielles.

Alphabet grec

Au moment d'écrire ces lignes, nous en étions à Omicron, à la cinquième vague, au télétravail et aux visioconférences.

Au Musée, la pandémie a deux saisons : celle où on est en exploitation et celle où on prépare la réouverture. Les deux ont leurs exigences et leurs contraintes. Cela dit, l'été 2021 a été plus facile, car toute l'équipe avait l'expérience de la saison précédente dans la mise en place de nouvelles expositions comme dans l'accueil des visiteurs. Et la basse saison 2020 avait formé tout notre secrétariat pour une reprise du télétravail et des Zoom. Soyons franches, une reprise espérée. Il

semble que nous apprécions toutes d'être à la maison. Peut-être est-ce parce que nous avons vu un peu plus de 19 000 visiteurs en quelques mois...

Le 17 décembre en fin de journée, le président a annoncé que je choisisais la retraite puis il m'a donné la parole. J'ai fait de mon mieux pour expliquer ma décision et un peu de mon attachement à ce cher Musée au pays des goélettes.

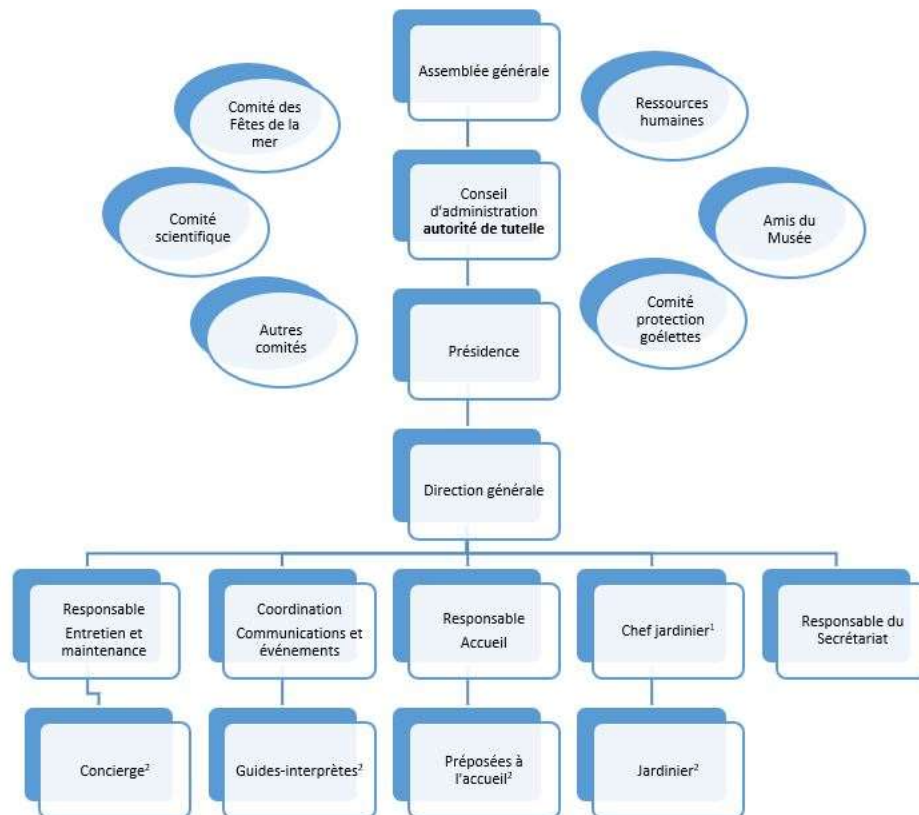
Diantre! Que je suis tombée en amour avec l'histoire des goélettes et des familles qui les ont faites naviguer. Quelle formidable histoire d'audace, de témérité, d'argent, de survie, de compétition, de talent, d'ennui, de travail, d'expérience, de connaissance, de solidarité, de savoir-faire, d'un terroir mouillé par l'une des plus belles voies fluviales au monde : l'impétueux Saint-Laurent.

Plus jamais cet ami de toujours ne sera le même dans mon esprit. Le Musée a changé mon rapport au fleuve.

Surtout et à jamais, merci de m'avoir permis d'être durant quelques saisons de cet équipage hors du commun.

Crédit photo : Patrice Lapointe

ORGANIGRAMME



¹ : Poste contractuel

² : Poste saisonnier

Liste des employées permanentes

Marie Anne Rainville	Direction générale
Claire Litzler	Responsable du Secrétariat
Marie-Hélène Thivierge	Coordonnatrice aux communications
Isabelle Tremblay	Responsable de l'accueil

L'équipe

Comme l'année 2021 est aussi une année pandémique, les employées permanentes ont fait du télétravail au printemps et à l'automne. Cependant, l'expérience de la chose a grandement facilité ces retours à la maison.

Cette expérience de la pandémie s'est aussi ressentie du côté de l'accueil. Les méthodes, les façons de faire, les protocoles, les outils de communication étaient en place.

Du côté de l'entretien et de la maintenance, les tâches ont été revues pour bien dissocier la maintenance de l'entretien. De plus, le Musée a embauché un jardinier qui, placé sous le mentorat du jardinier en chef, le contractuel Martin Desgagnés, a vu deux jours par semaine à la beauté des lieux.

Le poste de secrétaire administrative a changé d'appellation pour responsable du Secrétariat, c'est-à-dire nommer celle qui voit au fonctionnement du Secrétariat du Musée, du photocopieur au serveur Internet en passant par l'accueil des employés saisonniers ou la paie. Bref, nommer correctement celle qui voit à l'intendance.

Plusieurs contractuels travaillent régulièrement pour le Musée. On pense, entre autres, à la graphiste Annie Bolduc ou à Martin Desgagnés à l'horticulture. Et des bénévoles comme Danielle Bouchard, Suzanne Provost ou Hubert Desgagnés sont tellement liés aux opérations du Musée qu'ils sont considérés comme des membres de l'équipe.

Enfin, à la fin de la saison 2021, après quelques années de service, le concierge, Jean-Pierre Chartrand a quitté le Musée pour prendre sa retraite à 70 ans. Responsable et bienveillant, il laisse un bon souvenir à toute l'équipe. Juste avant les fêtes de fin d'année, le départ à la retraite de la directrice générale Marie Anne Rainville a également été annoncé.

Liste des employés saisonniers

Michelyne Bergeron	Préposée à l'accueil et la boutique
Michel Ratelle	Responsable entretien et maintenance
Jean-Pierre Chartrand	Concierge
Martin Desgagnés	Chef jardinier
Louis Baeyens	Jardinier
Patrick Lamoureux	Préposée à l'accueil (kiosque extérieur)
Béatrice Mathieu	Guide-interprète étudiante
Lydia Archambault	Préposée au rayonnement numérique étudiante

Employés contractuels

Régis Pilote	Designer d'exposition
Alexis Desgagnés	Recherchiste
Annie Bolduc	Graphiste

Évidemment, de nombreux contractuels pourraient s'ajouter à la liste. Ils ont notamment œuvré sur la production du balado, de la nouvelle exposition ludique et à l'édition du livre sur les Desgagnés.

Les Amis du Musée

Le projet de *halte des Amis*, prévu pour l'été 2020, s'est vu une fois de plus repoussé en raison de la pandémie. On rêve toujours de l'aménagement de cet espace dans un petit bâtiment vacant du site. Un lieu voué aux Amis du Musée pour leur permettre d'y déposer leurs effets personnels, de manger ensemble, de faire corps. À suivre !

Si le couple de bénévoles à l'entretien des artefacts en exposition a généreusement continué à bichonner ces objets, ceux dédiés à l'entretien horticole ont fréquenté le site seul, en couple et non en groupe. Martin Desgagnés, le grand responsable de la beauté des lieux, a orchestré quelques corvées et encadré le nouveau jardinier embauché par le Musée quelques jours par semaine.

Les deux bénévoles des archives, Suzanne Provost et Danielle Bouchard, ont poursuivi leur travail assidu et revampent toujours obstinément les assises de l'œuvre muséale de l'institution à raison d'au moins une journée par semaine.

Maître de la drisse, Gérard Belley s'occupe des pavillons et des pavois du Musée. Il a aussi épissé tous les cordages qui retiennent les panneaux de l'exposition *Elles portaient leur nom*.

Des bénévoles ont aussi prêté main-forte à l'équipage du Musée pour accueillir plusieurs petits groupes en simultané et animer des ateliers scolaires. On pense à Louise, Rita, Jean-Marc, Gérard, Claude, Jean-Yves, Hubert.

Des Desgagnés se sont illustrés par leur compétence dans le dossier de la protection pérenne des goélettes : Michel, Hubert, Zélada et Réjean. Ils ont généreusement avisé le Musée pour la mise à l'abri de ses précieuses voitures d'eau.



De plus, Hubert agit à titre de conseiller scientifique du Musée. À ce titre, il siège au comité scientifique qui notamment évalue, accepte, refuse des propositions de dons et de legs en plus de conseiller le Musée sur les sujets d'exposition ou le travail archivistique. Il est entouré de Suzanne Provost, Catherine Melançon et la directrice générale.

Un grand ami du Musée est certainement l'architecte Ron Rayside. Depuis quatre ans, il fait don au Musée de ses honoraires liés au projet de la protection pérenne des goélettes.

Faut-il le rappeler, le Musée est administré par une équipe de bénévoles dévoués et compétents. Devant la crise de santé publique, ils ont multiplié les rencontres virtuelles et contribué à la gestion quotidienne du Musée.

En cette année de célébrations, Patrice Lapointe est devenu le photographe officiel bénévole du Musée pour immortaliser les cérémonies protocolaires comme les fêtes de village ! Et que dire de la logistique de tous ces événements ? Le succès de leur déroulement revient aux nombreux bénévoles toujours souriants, investis et consciencieux qui lèvent la main chaque fois qu'on les interpelle. D'ailleurs, le Musée leur a réservé une place de choix dans l'encart du *Soleil*, publié le 28 mai, pour les remercier à leur juste valeur. Ils sont le cœur battant du Musée depuis 40 ans !

LE SECRÉTARIAT

En 2021, le secrétariat a poursuivi sa modernisation. Des archives aux états financiers, l'utilisation des outils technologiques a été maximisée pour profiter des avantages du numérique. En effet, les archives se numérisent progressivement avec le logiciel Archi-log selon un protocole très rigoureux supervisé par l'archiviste bénévole Suzanne Provost. De ce fait, le Secrétariat emboîte le pas et amorcera une démarche qui s'échelonne en 2022 afin que le classement soit effectué selon les mêmes standards.

Plus efficaces, ces méthodes de travail du 21^e siècle ont permis à Claire Litzler, la responsable du Secrétariat, de libérer du temps afin d'épauler ses collègues à l'accueil de la clientèle du Musée, à la boutique et à l'animation de groupes d'étudiants et de visites de groupes.

Formations

La responsable de l'accueil Isabelle a bénéficié d'un programme d'accompagnement personnalisé d'une quinzaine d'heures offert par la Société des musées du Québec (SMQ) pour mieux évaluer la satisfaction de la clientèle et en croquer un juste portrait. Pré-enquête, objectifs, questionnaire, méthodologie et analyse des résultats : tout y était ! Elle a aussi suivi sa formation RCR et de premiers soins.

Marie-Hélène, la coordonnatrice des communications, a profité d'un accompagnement offert par la SMQ pour assurer la migration vers Google Analytics 4, un outil permettant l'analyse de la fréquentation du site Internet du Musée. Elle a aussi reçu un coaching de six heures, financé par la MRC de Charlevoix, sur l'utilisation de Facebook suite business et Instagram. S'ajoutent à son apprentissage, quelques heures de perfectionnement sur la gestion de la page Google mon entreprise.

Marie Anne, la directrice générale, a quant à elle bénéficié d'une formation sur le design d'exposition offerte par le Conseil de la culture.

ACCUEIL

Le poste de responsable de l'accueil englobe la boutique, la billetterie et l'accueil des visiteurs et des groupes.

L'accueil

La saison 2021 fut à l'image de 2020. Encore une fois, le virus a joué en faveur du Musée sans toutefois écourter sa saison qui s'est normalement déroulée du 20 mai au 10 octobre. Seule variante au calendrier, le Musée a réduit ses horaires du jeudi au dimanche en début de saison avant d'ouvrir à temps complet à compter du 17 juin. Comme les vacances estivales débutent ordinairement après la fin des classes, avec la fête nationale du 24 juin, cette décision n'a eu aucun impact significatif sur les entrées. Pour preuve, les Québécois ont été au rendez-vous avec un peu plus de 19 000 visiteurs, un record !

Dès la date de réouverture annoncée, l'équipe a travaillé d'arrache-pied pour permettre encore une fois un accueil agréable et sécuritaire aux visiteurs en temps de pandémie. Toutes les mesures ont été mises en place : plan de salle précisant le nombre de visiteurs maximal par exposition, élaboration d'un sens unique à la visite pour éviter lorsque possible le double-sens, installation de panneaux rappelant les consignes sanitaires à respecter à bord des bateaux, dans les pavillons, dans les sentiers, lors de l'utilisation de la piste d'hébertisme, installation de nombreux distributeurs de désinfectant à main, plexiglass derrière les comptoirs, masques de procédures pour les employés.



Le kiosque d'accueil extérieur, implanté en 2020, fut conservé pour désengorger la billetterie qui partage son espace avec la boutique et sa caisse enregistreuse. Le kiosque d'accueil extérieur a permis de répondre aux questions des visiteurs, d'expliquer les consignes sanitaires et l'itinéraire privilégié de visite, d'informer sur tout ce qu'offre le Musée, les goélettes et le village !

Depuis quatre ans, le Musée a quadruplé son nombre de visiteurs et, comme la haute saison ne s'étend que sur six à huit semaines, l'institution a dû accueillir de fortes concentrations de touristes en même temps, parfois même jusqu'à près de 537 personnes en une seule journée, un autre record ! Devant le vif succès de cette 40^e saison et la croissance continue des visiteurs, on conclut que l'espace actuel dédié à la boutique et la billetterie, qui fait aussi office de seul accès pour entrer et sortir du Musée, a atteint ses limites physiques.

Et que dire du stationnement ? La popularité du Musée, mais aussi du sentier de la Forêt marine / La Seigneurie, des tables à pique-nique combinées à l'absence de stationnement à la Papeterie et la hausse marquée des cyclistes qui abandonnent leur auto pour explorer l'Île-aux-Coudres à vélo appellent une réflexion pour une meilleure gestion du stationnement.

Traverse piétonnière

Le 8 juillet, le Musée se réjouissait que les visiteurs et les randonneurs puissent traverser sécuritairement la rue Félix-Antoine-Savard vers la Papeterie Saint-Gilles ou l'amorce du sentier de la Forêt marine / La Seigneurie grâce à l'ajout d'une traverse piétonnière. Au printemps, une lettre préparée par le Musée, cosignée par les présidents des deux institutions appuyées de la municipalité, et adressée ministère des Transports appelait à l'action. La concertation des acteurs locaux a porté fruit.

La boutique

Tout l'hiver, à raison de deux jours par semaine, la responsable de l'accueil, Isabelle Tremblay, a revu la boutique. Renouveler dans la continuité était son souci. Offrir des produits inspirés du fleuve, de la navigation, des goélettes tout en s'ancrant mieux à l'artisanat local ou régional ou en déclinant la mer avec des nouveaux produits. Des heures de recherche sur Internet pour continuer le développement d'un service rentable et apprécié.

L'expérience COVID a poussé à revoir la manière d'acheter, de questionner la provenance des produits comme l'ont beaucoup fait les clients cet été, et à délaissier, comme eux, le « Made in China », à le remplacer par le « Fait au Québec » ou, à la limite, le « Fait au Canada » ! Toutefois, cette nouvelle réalité ne vient pas sans son lot de défis. Il importe d'offrir des articles d'ici qui conviennent à toutes les bourses, du jeune étudiant qui vient avec son groupe-classe et souhaite rapporter un souvenir au collectionneur de maquettes de bateaux.

Même si les comparaisons ne sont pas toujours bonnes et fiables, surtout en temps de pandémie mondiale, d'intéressantes règles de trois permettent de mesurer que les ventes 2021 à la boutique ont augmenté de 49% par rapport à 2020 et de 67% par rapport à celles de 2019. La responsable de l'accueil a même dû placer de nouvelles commandes en cours d'été pour regarnir les étagères de la boutique. Cette augmentation est certainement en lien direct avec celle de l'achalandage. Toutefois, les efforts investis dans l'amélioration de l'offre y sont aussi pour quelque chose.

Contrairement aux années passées, beaucoup de ventes ont été faites par téléphone avec envois postaux. Ce service offert, moyennant des frais d'administration et de manutention, ouvre la discussion sur une éventuelle boutique en ligne dont il faudrait mesurer la pertinence.

Comme le Musée a fracassé tous les records d'achalandage au cours de l'été, l'inventaire en fin de saison était au plus bas à la grande joie de l'équipe et de la responsable de l'accueil qui aura encore beaucoup d'emplètes à faire au cours des prochains mois !

Les groupes

La transition des dossiers de réservation de groupe de la coordonnatrice des communications vers la responsable de l'accueil s'est amorcée pendant l'hiver puisque la totalité des visites de groupe ont été annulées en 2020.

Un envoi massif auprès des grossistes en voyage du Québec a été réalisé de sorte qu'en début d'année, lorsque toute l'industrie espérait une réouverture des frontières et un retour à la normale, l'agenda du Musée comptait 16 réservations de groupe pour 2021. Or, l'annonce d'une autre vague créa l'incertitude chez les touristes d'où découlèrent plusieurs annulations : 20 au total (665 personnes) ! Fait intéressant, sans toutes ces annulations, on peut penser que le Musée aurait surpassé le nombre record de groupes reçus en 2019 (47).

Aussi, les agences de voyage ont dû s'adapter aux contraintes du gouvernement en réduisant de moitié le nombre de touristes par autobus. Même réalité du côté muséal, les visites de groupe, restreintes à une douzaine de personnes à la fois, demandèrent le recrutement de nouveaux

guides : Claire Litzler du Secrétariat et Claude Mathieu, bénévole. La coordonnatrice des communications Marie-Hélène, la directrice Marie Anne et le bénévole Hubert Desgagnés revinrent en poste.



En résumé, ce sont 27 groupes (887 visiteurs) qui ont visité le Musée, dont 14 provenant de l'agence Groupe Voyage Québec. C'est ainsi qu'on dénombre :

- 7 groupes étudiants totalisant 249 personnes, dont 90 jeunes de l'école primaire de St-Hilarion;
- 15 groupes en forfait 1 (visite du Musée seulement) totalisant 485 visiteurs;
- 1 groupe en forfait 2 (visite du Musée et de la Papeterie Saint-Gilles) totalisant 35 personnes;
- 4 groupes en forfait 3 (Musée, Papeterie et repas) totalisant 118 visiteurs.

Les forfaits

Reconnu comme attrait majeur de Charlevoix, le Musée a conclu plusieurs ententes et forfaits avec des agences de voyage, des associations, des hébergements et autres attraits culturels et touristiques. Celles-ci pouvaient se concrétiser sous forme de bons 2/1, d'un rabais instantané ou d'un pourcentage d'escompte sur l'entrée individuelle adulte ou étudiante. L'agence Groupe voyage Québec, la plate-forme MILO (suspendue pour l'été en raison de la pandémie), la Fédération Québécoise de Camping Caravaning et l'Auberge Beauséjour de Saint-Joseph-de-la-Rive sont des partenaires. Le Train de Charlevoix, l'Hôtel Cap-aux-Pierres de l'Île-aux-Coudres et le Musée se sont notamment regroupés pour proposer un nouveau forfait : le Boute-en-train.

Autre nouveauté : des ententes avec les plateformes numériques de réservation *Get Your Guide* et *Outgo* ont été signées. Toutefois, au terme de la saison, le Musée a pris la décision de ne pas renouveler avec cette dernière puisque les rendements escomptés n'ont pas été atteints. À l'échelle régionale, le Musée a conclu une entente avec Alchalet afin d'offrir un rabais à ceux qui louent leurs chalets.

Pour stimuler l'industrie touristique provinciale, Tourisme Québec annonçait le retour du programme **Passeport Attraits** à compter du 12 avril. Encore cette année, le Musée a fait équipe avec Croisières AML, le Train de Charlevoix, Katabatik, les Moulins de l'Île-aux-Coudres, la Papeterie Saint-Gilles, GoHélico et bien d'autres pour proposer des passeports estivaux à 40 % de rabais. Cette année toutefois, les ventes furent moins importantes. Alors qu'en 2020, plus de 7 000 Passeports Attraits avaient été vendus, on en compte 3 323 en 2021.

Cette baisse s'explique, entre autres, par la multiplication des participants au programme. En effet, en 2020, les délais serrés pour la création des passeports avaient restreint leur nombre. De plus, les

règles édictées par le ministère ayant changées en 2021, certains attraits ont regroupé plusieurs de leurs produits dans un même forfait. Il importe aussi de souligner que chaque forfait était géré par un attrait leader qui devait détenir une plateforme de réservation en ligne et assurer la gestion du programme pour les autres. Or, le Musée ne disposant pas d'un tel outil et des ressources pour l'administrer, il ne pouvait que faire partie des forfaits des autres. Cela dit, le Musée est tout de même satisfait des ventes de 2021.

Fait inusité : de tous les Passeports Attraités vendus en 2021, seulement 922 détenteurs ont visité le Musée et 56 d'entre eux honoraient leur passeport acheté en 2020. Les autres pourraient décider de revenir en Charlevoix en 2022 et faire un arrêt à Saint-Joseph-de-la-Rive. À suivre !

La Papeterie Saint-Gilles

Depuis des années, le Musée forfaitise des visites de groupe avec la Papeterie Saint-Gilles, située dans l'ancienne école primaire du village, juste en face. Les voyageurs apprécient la formule. Un seul arrêt pour l'autobus, de nombreuses salles de bain sur le site, deux attraits patrimoniaux à découvrir et on divise le groupe en deux pour une expérience muséale plus personnalisée. Les réservations de groupe sont chapeautées par le Musée qui veille aussi à promouvoir les forfaits auprès des agences de voyage. Une entente tacite a toujours existé entre les deux institutions, mais à l'automne 2021, la directrice générale de la Papeterie a demandé qu'un protocole soit signé pour officialiser le tout.

Quelques chiffres

En 2019, le Musée a vendu quelque 1 000 forfaits comprenant une visite de la Papeterie. Avec la pandémie, toutes les réservations 2020 ont été annulées. En 2021, l'allègement des mesures sanitaires a permis le retour des groupes pendant quelques mois seulement pour un total de 153 forfaits vendus incluant la visite de la Papeterie.

L'achalandage

Les Québécois sont restés fidèles au Musée; l'avenir incertain teinté de COVID planant toujours pour les destinations hors Québec. Cette année encore, le Musée a fracassé tous les records en accueillant 19 000 visiteurs, comparativement à 13 300 en 2020 ; une augmentation avoisinant les 45 %. Selon la Société des musées du Québec (SMQ), les musées ont connu en moyenne une augmentation de l'achalandage de 28 % depuis 2019. Le Musée a fait mieux avec une croissance de 58,5 % pour la même période. De plus, ce sont quelque 20 000 marcheurs qui ont emprunté le sentier de la Forêt marine / La Seigneurie.

Pour sa journée « la plus chaude », le Musée a accueilli 537 visiteurs le 4 juillet alors que la meilleure journée de 2020 comptabilisait 427 personnes. Le Musée a d'ailleurs franchi le cap des 200 visiteurs journaliers 22 fois en juillet et en août, ainsi que 4 fois à plus de 300 !

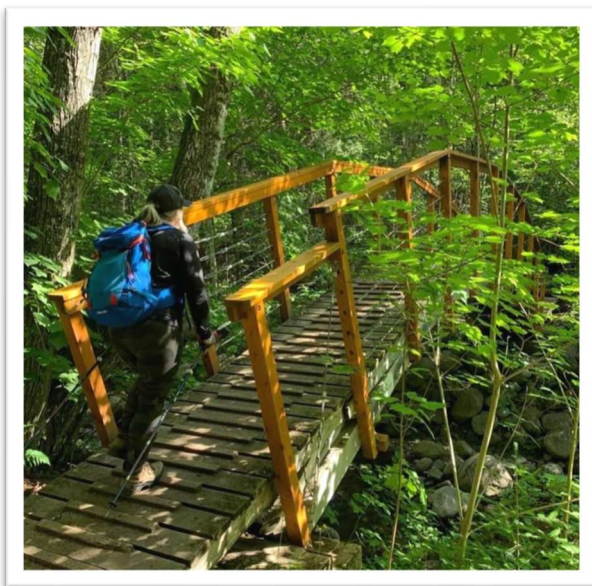
Notons que l'équipe a accueilli cette fulgurante augmentation d'achalandage avec le sourire voire une grande fierté devant le vif succès de l'institution. Depuis quatre ans, le Musée a quadruplé ses visiteurs avec sensiblement la même équipe d'accueil. Michelyne et Isabelle ont assuré, aidées de Claire pour les périodes de dîner! D'ailleurs, une compétition amicale entre les deux a animé plusieurs discussions durant la saison... Qui des deux aura la plus grosse journée ? D'ailleurs, les journées de moins de 200 visiteurs sont maintenant perçues comme des journées normales voire tranquilles !

Selon l'enquête sur la provenance de la clientèle et en comparant les chiffres avec 2020, on constate une diminution des visiteurs provenant des grands centres au profit des autres régions du Québec. Toutefois, avec 45 % de croissance, peut-on conclure que l'ensemble du Québec s'est déplacé dans notre belle région ?

	2020	2021
Région de Québec	22 %	14%
Région de Montréal	21 %	15%
Région de la Montérégie	17 %	22%

Aussi, 4 % des visiteurs sont à moins de 40 km du Musée (public local) tandis que 96 % proviennent de l'extérieur de la région (public touristique). Il importe de noter une croissance du public local qu'on attribue, en partie, au fait que des ateliers maritimes ont été offerts à quelque 600 élèves des écoles primaires de la région au printemps. L'animatrice en profitait pour faire la promotion des premiers dimanches du mois gratuits au Musée. Il n'était pas rare de revoir ces jeunes accompagnés de leur famille au Musée pour une toute première fois.

Des randonneurs généreux



À l'entrée du sentier de la Forêt marine, le Musée a installé un panneau invitant les randonneurs à verser une contribution volontaire de 5 \$ pour l'entretien du sentier. Les résultats furent réjouissants; les dons passant de 550 \$ en 2019 à 6 300 \$ en 2020, pour atteindre 14 460 \$ en 2021. Merci aux 20 000 marcheurs !

Lutte aux maringouins

Depuis quelques années, les visiteurs du Musée sont pris d'assaut par des insectes piqueurs pendant quelques semaines de l'été. Le Musée et un groupe de citoyens en ont avisé la municipalité qui a confié un mandat à l'organisme ZIP Saguenay-Charlevoix pour mener la guerre aux maringouins, principalement dans le secteur de Saint-Joseph-de-la-Rive. Des analyses sur différents sites ont été menées pour mieux comprendre le phénomène. Finalement, des nichoirs pour hirondelles et chauves-souris ont été installés près des milieux humides et le long du sentier du Parc des navigateurs. Espérons qu'au printemps prochain, ces espèces décident de s'y loger !



LES ÉVÉNEMENTS

Annulation d'événements au calendrier

Suivant les recommandations des autorités publiques, le Musée a pris la décision d'annuler le Grand Bal maritime, son principal événement-bénéfice, prévu en mai. Aussi, pour une seconde année consécutive, l'équipe a mis sur pause les *Spectacles sur mer* offerts en formule 5 à 7. La terrasse couverte ne disposant pas suffisamment d'espace pour assurer une distanciation sociale sécuritaire et atteindre un seuil de rentabilité.

Dans ce contexte, l'équipe du Musée imagina un programme d'activités extérieures et sécuritaires pour ses visiteurs.

28 mai : Lancement de la 40^e saison et arrêt du treuil

À l'occasion du 40^e anniversaire de fondation du Musée, le 28 mai à 5 h 55, profitant de la marée haute, l'équipe du Groupe Océan a doucement mis à l'eau un bateau. « On a refait pour une dernière fois les gestes de générations d'ouvriers du chantier maritime qui pendant 75 ans ont monté et descendu des bateaux », a expliqué Claude Lafleur, président du Musée. Une époque a pris fin; le vieux treuil est alors devenu un objet de musée qui interprète depuis 40 ans le vieux chantier et l'histoire des goélettes

Pour documenter ce moment d'anthologie, le court métrage de six minutes *Une dernière fois le treuil* fut tourné par trois personnes aux caméras et drone : Antoine Perrone, Laurent Poliquin et Patrice Lapointe. Aussi, Patrice Lapointe et Michel Tremblay, photographes et amis du Musée, ont fait don de très nombreuses et belles photos. Les archives iconographiques du Musée s'en trouvent tellement améliorées.

Suivant l'arrêt du treuil, il fallait un moment d'émotion pour réchauffer les cœurs et se raconter le passé. *Chouennage et histoires de treuil* avait pour animatrice Annie Vaillancourt de la MRC de Charlevoix. Étaient réunis autour des micros Hubert, Yvan, Yves, Zélada, Édith Desgagnés, Pierre Marcotte, Manon Lavoie et son père Jean et la députée Caroline Desbiens qui a si bien parlé et chanté que même les oiseaux se sont tus. Alexis Tremblay du Domaine Forget a immortalisé chacune des notes et chacun des mots de ces amis du Musée.

Les amis et voisins, tous figurants du film, étaient heureux d'entendre la ministre de la Culture et des Communications, madame Nathalie Roy, dire : « ce musée aux impressionnantes goélettes met en valeur un pan de notre histoire et de notre culture qui a forgé notre identité québécoise. » Devant un président tout sourire, elle s'est engagée à appuyer vigoureusement la protection pérenne des trois dernières goélettes de bois du Musée.

Aussi, à cette occasion qui accueillait la ministre au Musée, on inaugurait l'exposition *Elles portaient leur nom* et son balado de six épisodes *Femmes au pays des goélettes*, l'expo *Le huitième voyage : à la vitesse du vent* et on lançait un livre sur les Desgagnés. Un exemplaire papier du cahier spécial *du Soleil* du 29 mai fut aussi remis en primeur à toutes les personnes présentes.

Rappelons que l'organisation de cet événement a nécessité de nombreux échanges avec la Santé publique, la préparation d'un plan de match qui prévoyait notamment des masques pour chacun, un registre des personnes présentes et surtout le rappel constant des mesures sanitaires assuré par la bénévole Danielle Bouchard.



L'arrêt du treuil a réuni le village et la députée Caroline Desbiens, fille de capitaine. Elle a ému tout le monde en chantant a cappella.



Le président du Musée rencontrant la ministre de la Culture et des Communications sur la Jean-Yvan, la protection pérenne des dernières goélettes devenait leur objectif commun.

15 juillet : Concert du Domaine Forget

La musique du trio montréalais de jazz Océanides a fait voguer les spectateurs réunis le 15 juillet dans les jardins du Musée, en nombre restreint, avec réservation préalable et dans le respect de la distanciation physique. L'événement était présenté dans le cadre des concerts gratuits du Domaine sur la route.



20 août : Mise à l'eau



L'événement privé du mois d'août fut certainement le vernissage de l'exposition *Mise à l'eau* d'Yves Desgagnés. Les médias nationaux et régionaux ont rapporté cette première exposition d'une trentaine d'huiles du comédien et metteur en scène bien connu, aussi fils du capitaine de goélettes Edmond Desgagnés. Plus d'une centaine de personnes, dont madame la première ministre Pauline Marois, ont répondu à l'invitation de l'artiste et du Musée. Autant les amateurs, les collectionneurs que les néophytes ont été impressionnés par le talent d'Yves Desgagnés.

Néanmoins, la directrice générale a tenu à préciser que le Musée n'était pas devenu une galerie ou un musée d'art. Mais plutôt qu'il avait trouvé dans la proposition picturale d'Yves Desgagnés « une autre façon de célébrer de toutes les manières permises les goélettes, le village, le fleuve, les marins, les femmes de marins, le Musée. » Encore une fois, l'équipe du Musée

a su être à la hauteur d'une prestation inusitée pour elle. Elle était accompagnée par quelques bénévoles toujours aussi généreux et gentils. L'exposition fut accrochée dans la salle du rez-de-chaussée du Pavillon Desgagnés jusqu'au 5



septembre, dimanche des *Fêtes de la mer*.

5 septembre : 29^e édition des *Fêtes de la mer*

De retour après une année de congé forcé en raison de la pandémie, les *Fêtes de la mer*, habituellement tenues en juillet, furent exceptionnellement reportées au 5 septembre. Bien que le calendrier des événements régionaux explosait pour ce long week-end et que le passeport vaccinal devenait une obligation formelle pour les grands événements, les visiteurs se présentèrent en grand nombre (715).

Encore cette année, le stationnement débordait, les employés et les bénévoles s'affairaient à faire de cette fête de village un moment presque sacré à l'agenda de la communauté. Les petits et les grands ont trouvé à s'amuser, à fêter et à apprendre tout au long de la journée comme en témoignent les photos de Patrice Lapointe ci-dessous présentées. Il faut absolument souligner que ce photographe de grand talent et voisin du Musée, travaille bénévolement.

L'événement, présenté par Groupe Océan, proposait plusieurs nouvelles activités... Deux séances animées de bricolage de bateaux, un jeu d'association d'artéfacts dans l'atelier du chantier, la conférence *Du chantier au Musée* d'Hubert Desgagnés, la présentation en grande première du court métrage tourné le 28 mai *Une dernière fois le treuil*, la rencontre d'Yves Desgagnés pour la dernière journée d'exposition de ses œuvres et une épluchette de blé d'Inde qui ne sera pas renouvelée devant la popularité incontestée du hot-dog!

Et le retour des classiques tels la compétition de bateaux en carton, la course des petits bateaux sur la rivière des Boudreault et le jeu-questionnaire.



Dimanches gratuits

Pour une quatrième année consécutive, le budget du gouvernement provincial annonçait une mesure de gratuité dans les institutions muséales reconnues et soutenues du Québec. Toute la saison, l'entrée au Musée était donc gratuite le premier dimanche de chaque mois à compter de



juin pour tous les résidents du Québec et chaque fois, le ministère de la Culture et des Communications a compensé le manque à gagner.

Les dimanches gratuits attirèrent un nombre record de visiteurs! La promotion faite auprès des jeunes des écoles primaires régionales, les campagnes Facebook payantes organisées une semaine avant chaque premier dimanche, les dates inscrites sur le site Internet du Musée, les courriels promotionnels envoyés aux établissements d'hébergement du coin

quelques jours avant et aux différents bureaux de Tourisme Charlevoix ont certainement joué en faveur du Musée. De plus, l'ajout d'affiches en bordure de la route devant le Musée, à l'entrée du sentier pédestre, dans le très fréquenté pavillon d'accueil et dans certains commerces à proximité ont permis de rejoindre un public instantané, de passage dans le secteur, qui n'avait pas planifié une visite au Musée.

Les résultats parlent d'eux-mêmes... Les cinq dimanches gratuits tenus en 2021 ont généré près de 2 000 visiteurs, dont la meilleure journée régulière de l'histoire du Musée le 4 juillet avec 537 personnes. Notons que lors du premier dimanche de septembre, journée des *Fêtes de la mer*, ce sont 715 personnes qui ont franchi les portes de l'institution muséale.



Décembre : Noël sur la 362

Pour une seconde année, le Musée s'est fait complice de la seconde édition de la *route de Noël* devenue *Noël sur la 362*. Organisée par le Comité touristique Les Éboulements / Saint-Irénée, ce parcours découverte permettait à la population de trouver « Le » cadeau qui se démarque tout en encourageant les commerces, producteurs, artistes et artisans du secteur.

Certaines activités et concours venaient bonifier la programmation. Étant fermé en décembre, le Musée a collaboré en publicisant l'événement sur sa page Facebook et en participant au contenu des paniers-cadeaux tirés parmi les « acheteurs » de l'événement.

COMMUNICATIONS

Cahier spécial

Pour souligner en grand son double anniversaire, le Musée a publié en partenariat avec *Le Soleil* un cahier spécial détachable de 12 pages le 29 mai, au lendemain du lancement officiel de la saison.

Du chantier au Musée, ce cahier spécial présentait une mosaïque de personnes qui ont fait l'histoire de l'un et l'autre. Du chantier au Musée, toute une communauté s'est mobilisée pour que les goélettes, la pièce maîtresse du patrimoine maritime québécois, vivent.

Avec ce cahier, on a rendu hommage à ceux et celles qui, beau temps, mauvais temps, ont caboté sur le majestueux Saint-Laurent.

Le Musée a reçu 1 000 exemplaires supplémentaires. Il en a distribué trois cents en souvenir à ses invités et visiteurs et sept cents sous forme de publipostage à La Malbaie.

Signalisation

Au chapitre de la signalisation, le Musée bonifie chaque année l'interprétation des lieux par l'ajout de cartels, choyant toujours un peu plus la mission éducative de l'institution. C'est ainsi que le compresseur à vapeur près de l'atelier, le treuil de la Jean-Yvan exposé devant la goélette et le feu de navigation prêté par la Garde côtière ont été interprétés.

Victime de sa popularité, les journées plus achalandées ont causé quelques maux de tête au personnel du Musée tellement le stationnement était plein. Un meilleur affichage indiquant des espaces supplémentaires fut installé près du petit phare abritant la micro-exposition *Épisser à tous vents*.

Pour faciliter le parcours muséal des visiteurs, on ajouta une quinzaine de petits supports sur lesquels on colla des flèches pour indiquer le sens de la visite. On identifia aussi le Pavillon des pilotes du Bas Saint-Laurent grâce à une affiche extérieure fixée au bâtiment.



On installa une affiche sur le garage-atelier pour préciser clairement aux visiteurs que l'accès leur est interdit.

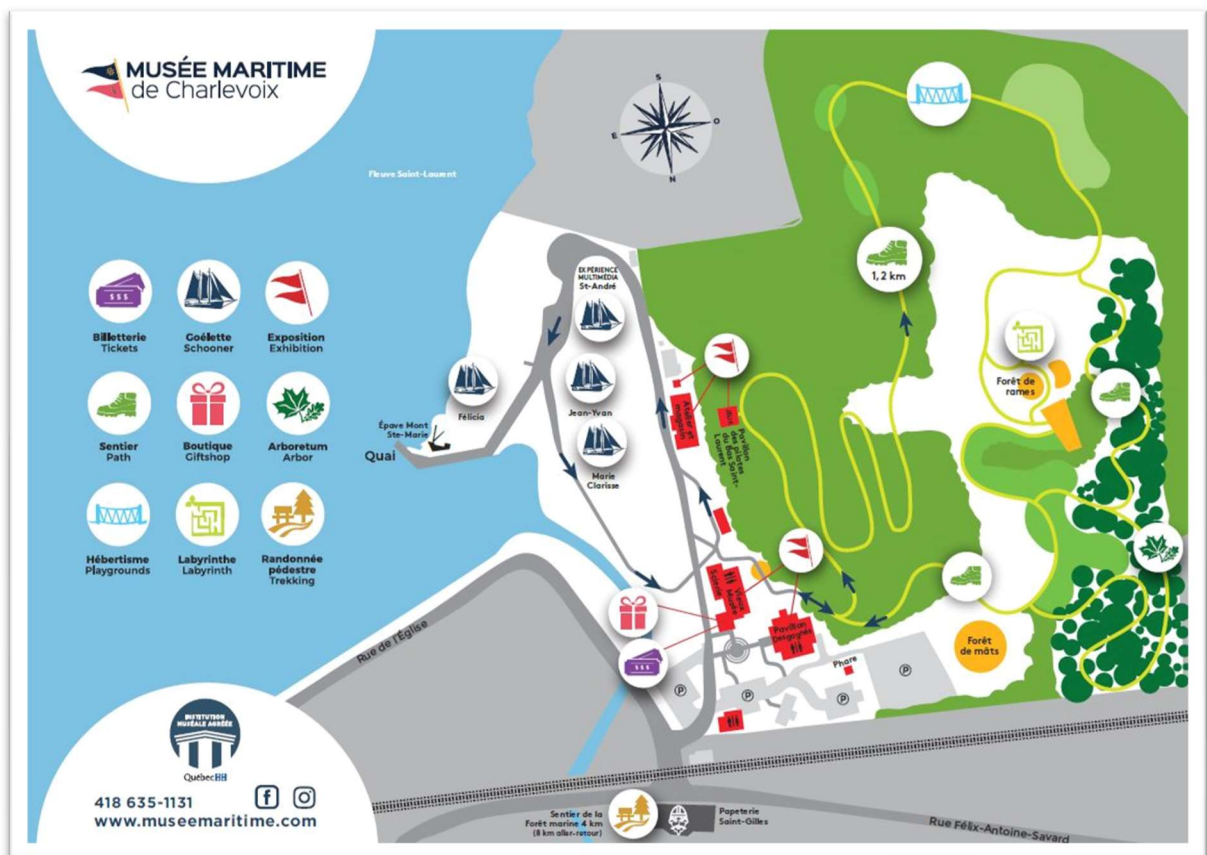
Comme le pavillon Desgagnés est naturellement peu visité en raison de son emplacement, le Musée a fait produire une énorme bannière de trois pieds de large par neuf pieds de haut, installée bien en vue sous le portique pour inviter les gens à entrer.



Carte géographique

L'édition 2018 de la carte du site fut revue avec l'objectif de mieux orienter les visiteurs. Les noms des bateaux et des différents pavillons furent ajoutés tout comme l'expérience multimédia et la nouvelle expo ludique et technologique. On suggéra un itinéraire de visite par des flèches ainsi que la longueur du sentier du Parc des navigateurs et le départ du sentier de la Forêt marine. La localisation des salles de bains, information très importante, vint aussi améliorer la carte.

Au verso, les mesures à respecter pour une visite sécuritaire ainsi qu'une courte description des nouveautés 2021. Comme les 5 000 copies furent écouleées afin la fin de saison, on dû en imprimer à l'interne pendant quelques semaines.



Pavillons

Le Musée a produit deux pavillons en cette année de célébrations. Le premier, avec le logo du Musée et le second, portant la signature anniversaire. Tout l'été, ils ont fièrement flotté à l'entrée du site !



Dépliant

Une carte postale promotionnelle fut développée pour célébrer le double anniversaire : 3 442 exemplaires distribués dans les foyers de certains villages côtiers charlevoisiens (Saint-Joseph-de-la-Rive, les Éboulements, Petite-Rivière-Saint-François, l'Île-aux-Coudres, Saint-Irénée, Cap-à-l'Aigle et Saint-Siméon). Le reste du tirage de 5 000 copies fut entièrement écoulé lors d'une tournée des hôteliers, campings et partenaires touristiques à proximité.



Bulletin

Au cours de la dernière année, l'équipe du Secrétariat a publié 11 livraisons du *Bulletin de liaison* destiné aux bénévoles, aux employés, aux administrateurs, aux collaborateurs, aux commanditaires, aux donateurs, aux fonctionnaires et aux équipes ministérielles, aux élus régionaux et nationaux, etc. Trois livraisons spéciales ont aussi été produites. La première, le 28 mai pour rapporter le lancement de la saison marqué par l'arrêt du treuil, le passage de la ministre et annoncer les nouveautés du Musée. La seconde, le 5 septembre à l'occasion des *Fêtes de la mer*, et la troisième, le 20 novembre pour annoncer le financement de 5M \$ du ministère de la Culture et des Communications au projet de protection pérenne des goélettes.



Le volume 6 du *Bulletin de liaison* a pris fin avec l'envoi d'une carte de vœux virtuelle à tous ses abonnés.

Relations de presse

Ce sont la coordonnatrice des communications et la directrice générale qui ont assuré les relations de presse du Musée. Le 20 mai, l'équipe a procédé à l'envoi d'un communiqué de presse aux médias nationaux et régionaux pour lancer la saison et annoncer les nouveautés. Au cours de la saison, on a émis d'autres communiqués pour promouvoir les dimanches gratuits du Musée, le balado *Femmes aux pays des goélettes*, le vernissage des huiles d'Yves Desgagnés, les *Fêtes de la mer*, le financement du projet de mise à l'abri des goélettes et le départ à la retraite de la directrice générale. Ces médias sont aussi des abonnés du *Bulletin de liaison* mensuel qui leur communique les dernières nouvelles du Musée.



Chaque fois, la presse régionale a repris la nouvelle. Le Musée a aussi fait parler de lui dans certains médias nationaux dont *Le Soleil*, le fil de presse CNW, la radio 98,5 pendant l'émission de Marie-

Claude Lavallée, *Dessine-moi un été* animée par André Robitaille et diffusée sur les ondes de Radio-Canada, le *Culture club* de Radio-Canada, la chronique de Sophie Faucher dans l'émission *Parasol et Gobelet* de Radio-Canada, la revue le *Bel âge*, etc.

Autre visibilité



Le sentier de la Forêt marine / La Seigneurie a joui d'une grande visibilité en devant le sujet principal d'*Alexis le randonneur*, une émission plein air diffusée le 4 septembre sur les ondes de TVA Sports.

Aussi, le *Magazine Carrousel* a organisé des séances photos avec ses mannequins et comédiens sur le site du Musée.

De plus, le guide de voyage *Ulysse*, le *Québec Yachting* et *Ottawa Magazine & Toronto Life* ont

parlé du Musée. Certains de ces contacts proviennent de tournées journalistiques organisées par Tourisme Charlevoix.

Représentation et salons

Au printemps, le Musée a présenté toutes ses nouveautés aux employés des bureaux d'information touristique de Tourisme Charlevoix par le biais d'une vidéoconférence.

Le 9 juin, une employée étudiante du Musée a effectué une tournée des établissements hôteliers et des campings de Saint-Joseph-de-la-Rive, des Éboulements et de l'Île-aux-Coudres afin de leur présenter les nouveautés du Musée et leur remettre une carte du site et des cartons promotionnels destinés à leur clientèle.

Les 25 et 26 octobre, le Musée participait à l'édition virtuelle de *Bienvenue Québec*, un événement incontournable pour l'industrie du tourisme de groupe au Québec puisqu'il rassemble des agences de voyages, des agences réceptives et voyagistes nordaméricains et internationaux désireux de se familiariser avec l'ensemble de l'offre touristique (individuelle ou de groupe) d'ici. En deux jours, la responsable de l'accueil Isabelle Tremblay s'est entretenue avec plus de 25 clients potentiels dont la moitié était anglophone. De belles rencontres prometteuses qui se traduiront, espérons-le, en de nombreuses réservations pour la prochaine saison.

PARTENARIATS ET MEMBERSHIPS

Memberships

Le Musée est membre des associations et des organisations suivantes :

- Tourisme Charlevoix
- Association canadienne des musées
- Société des musées du Québec
- Circuit des 7 lieux
- Chambre de commerce de Charlevoix
- FM-Charlevoix
- TVCO

Comité touristique Les Éboulements / Saint-Irénée

Le Musée, par l'entremise de Marie-Hélène Thivierge, siège toujours au CA du Comité touristique Les Éboulements / Saint-Irénée et en assure même la coprésidence depuis décembre 2020 avec Guy Rousset, propriétaire du dépanneur Chez Léon et Lily de Saint-Irénée.

Mis en chantier l'année précédente, plusieurs projets ont abouti comme la production d'une carte géographique interactive des attraits et services des Éboulements, Saint-Joseph-de-la-Rive et Saint-Irénée, la réalisation de quatre haltes routières touristiques ainsi que le lancement de la nouvelle identité du secteur *Cratère et marées*. En plus d'épauler de nombreux projets, le Comité a organisé la seconde édition de la *route de Noël* (dorénavant appelée *Noël sur la 362*) avec l'objectif de faire connaître le secteur, d'animer les communautés et d'attirer des Charlevoisiens et des touristes.



PUBLICITÉ

Le Musée a misé sur des placements publicitaires variés. En raison de la pandémie, il a encore une fois bénéficié de la gratuité du panneau rétroéclairé disposé dans le Bureau d'information touristique de Baie-Saint-Paul de Tourisme Charlevoix.

En bref, les placements :

- Publicité dans le journal touristique *Destination Charlevoix*, diffusé au printemps dans tout le Québec, mais aussi dans certains commerces de la région;
- Publication d'un cahier spécial de 12 pages dans *Le Soleil* du 29 mai et promotion sur les différentes plateformes Web du média;
- Stratégie de placement varié pour le lancement du balado *Femmes au pays des goélettes* articulée autour d'une publicité intégrée au cahier spécial du *Soleil*, du publipostage d'un encart dans la région de Charlevoix, de bandeaux publicitaires sur les sites Web du *FM-Charlevoix* et du *Charlevoisien*, d'un encart inséré dans le magazine *Continuité*, de l'achat de mots-clés sur Google et de publicités payantes sur la page Facebook du Musée;
- Campagnes radio au *FM-Charlevoix* à l'occasion des *Fêtes de la mer*;
- Panneaux bleus de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec;
- Publicités Google de mai à décembre avec Google ad Grant;
- Placement publicitaire de niveau 6 avec Tourisme Charlevoix comprenant deux offres diffusées sur leur site Internet et du contenu dans leur infolettre ;
- Publicité dans le guide touristique de l'Île-aux-Coudres et publication d'un coupon 2/1;
- Publicité du nouvel an pour clore les festivités du 40^e anniversaire sur les ondes du *FM-Charlevoix* et dans l'édition papier du *Charlevoisien*.



INTERNET ET MÉDIAS SOCIAUX

- Le Musée a suivi une formation de perfectionnement de quelques heures pour améliorer davantage la gestion de sa fiche Google mon entreprise. Celle-ci était offerte par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec. Autres formations Web : la migration vers l'outil d'analyse Google Analytics 4 et une introduction à Facebook suite business.

- Le site Internet du Musée a été bonifié d'une nouvelle section sur les forfaits individuels offerts.
- Les nouvelles expositions ont été ajoutées au site, tout comme le balado et les événements.
- Le film *Une dernière fois le treuil* a été diffusé sur Facebook.
- Au chapitre des médias sociaux, le Musée a animé sa page Facebook par des publications payantes, des vidéos et des photos. Le nombre d'abonnés a poursuivi sa progression, passant de 1 364 à 1 682 personnes en 2021.
- Grande nouveauté, le Musée a embauché, grâce à une subvention salariale du programme EÉC (Emploi d'été Canada), une coordonnatrice junior en médias numériques pour alimenter les pages Facebook et Instagram du Musée, en plus d'ouvrir un compte TikTok. Or, la seule candidate, bien que très gentille, manquait un peu d'initiative pour gérer de façon autonome les différentes plateformes.
- Le Musée a obtenu son accréditation d'OBNL par Google ce qui lui a permis d'accéder au programme Google ad Grant qui octroie, selon certaines conditions, jusqu'à 10 000 \$ en achat de mots-clés mensuellement. Afin de gérer les rudiments du programme à compter d'avril et pour le reste de l'année, le Musée a mandaté la Clique, une firme spécialisée. L'achat de mots-clés permet un meilleur référencement du site Internet du Musée sur le moteur de recherche.
- En fin de saison, le Musée a mandaté la Clique pour réaliser l'audit du site Internet afin qu'il réponde, entre autres, aux exigences du programme Google ad Grant, mais aussi qu'il demeure un outil efficace pour les visiteurs potentiels.

RÉTRO-INFORMATION

Cette année, le Musée a bénéficié d'un accompagnement personnalisé de la Société des musées du Québec (SMQ) pour mieux structurer son processus de rétro-information. En effet, la spécialiste en évaluation muséale, Lucie Daignault, a outillé la responsable de l'accueil, l'a encadrée dans le processus d'élaboration d'un sondage aux visiteurs plus complet, et a formé trois ressources du Musée attitrées à la distribution des sondages.

Toujours dans un esprit d'amélioration des pratiques et des connaissances des visiteurs, c'est ainsi que l'institution a effectué une enquête sur la provenance des visiteurs et leur degré de satisfaction de leur expérience muséale. Du 27 juin au 3 septembre, deux étudiantes ont effectué des sondages à la sortie du Musée. En raison des nombreuses défaillances du réseau Internet sans fil, l'utilisation de tablettes numériques a été exclue. Les sondeuses remplissaient une enquête papier dont elles retranscrivaient ensuite les réponses dans l'outil en ligne Survey Monkey. Au terme du processus, le Musée a atteint les objectifs fixés avec la SMQ en dénombant 352 réponses. La marge d'erreur se situant à 5%.

Les objectifs de la démarche de sondage

- Relever le profil sociodémographique des visiteurs
- Relever leurs habitudes de fréquentation muséale

- Identifier les sources d'information consultées pour connaître le Musée
- Mesurer l'influence du Musée dans la décision de visiter la région
- Relever les motifs de la visite
- Mesurer les taux de visite des expositions et des activités, ainsi que les taux d'appréciation pour chacune
- Relever le taux de satisfaction de l'expérience de visite globale
- Relever les commentaires et les suggestions

Les faits saillants

- 58 % des visiteurs sont des femmes ;
- 53 % des visiteurs sont âgés de 35 à 54 ans, 42 % des visiteurs ont entre 45 et 64 ans, 17 % des visiteurs ont entre 18 à 35 ans et 10 % des visiteurs ont 65 et plus;
- 15 % d'entre eux viennent de la région de Montréal, 22 % de la Montérégie et 14 % de la région de Québec ;
- 4 % des visiteurs sont à 40 km du Musée (public local) et 96 % sont à 40 km et plus du Musée (public touristique) ;
- 83 % des répondants étaient à leur première visite du Musée ;
- 85 % des visiteurs se disent « très » satisfaits, 15 % « assez » satisfaits et 1 % « peu » satisfaits;
- 83 % des visiteurs préfèrent la visite des bateaux à toute autre activité ;
- 46 % des visiteurs sont des familles alors que 31 % viennent en couple ;
- 24 % des visiteurs ont entendu parler du Musée par le bouche-à-oreille et 22 % via Internet et les réseaux sociaux.

Le NPS (Net Promoter Score) du Musée s'élève à 77 %, ce qui est excellent. Il faut comprendre que tout résultat supérieur à 70 est très rare selon les experts en sondage. Le NPS, c'est la probabilité de recommander le Musée, considérant que 0 signifie « Non, pas du tout » et 10 « Oui, absolument ».



Ces données recueillies sont précieuses, car elles permettent de mieux cerner les attentes. Si elles n'ont rien d'absolu ou de scientifique, elles n'en tracent pas moins l'avenir. Elles permettent aussi de mieux cibler les actions de communication à déployer pour toucher le public cible et développer de nouvelles façons de raconter les goélettes !

Des visiteurs satisfaits !



Nous souhaitons prendre le temps de vous remercier pour le très bel accueil que nous avons reçu lors de notre visite les 20 et 21 juin dernier. Les enfants étaient vraiment heureux de retourner au musée. Pour vous remercier, Camille (7 ans) et Catherine (6 ans) ont la grande joie de vous transmettre deux dessins qu'elles ont réalisés suite à leur journée au musée.

Famille Denaës Moyat

Louise Saint-Pierre, présidente du conseil d'administration de la Place des Arts de Montréal, investisseuse à Angers Québec, donatrice et amie du Musée, accueillait à la mi-août, en Charlevoix, sa terre d'adoption, un groupe de femmes canadiennes membres du Forum international des femmes. Pour mémoire, le Forum c'est 7 000 femmes diverses et accomplies de 33 nations sur six continents. À leur programme, plusieurs activités dont une visite commentée par la directrice générale, Marie Anne Rainville. Madame Saint-Pierre a mentionné que ces femmes, toutes des leaders dans leur secteur, ont été séduites par leur visite et particulièrement intéressées par l'exposition *Elles portaient leur nom*. L'histoire des femmes au pays des goélettes leur étant ainsi un peu racontée.

Chère madame Rainville,

Avec un petit délai, j'aimerais vous remercier infiniment pour la belle tournée du Musée que vous avez offert à notre groupe d'amies IWF lors de notre récent séjour dans Charlevoix. Quelle découverte, votre musée est un petit bijou ! -- et l'histoire des femmes et des goélettes et bien plus nous ont ouvert tout un pan de l'histoire du Québec. Félicitations pour cette initiative, un grand merci encore pour votre disponibilité, votre éloquence et votre passion qui nous ont ravies!

Lors de mon retour dans ma région de la Montérégie, en bordure de la voie maritime, un bateau de la flotte Desgagnés se dirigeait vers les Grands Lacs. Je l'ai regardé bien différemment!

Vous souhaitant un très beau congé de la fête du Travail, sachez que vous avez des ambassadrices de votre beau musée à Montréal, Ottawa et même à Toronto!

Bien amicalement, Christiane Bergevin, au nom des amies IWF

ANIMATIONS

Guide-interprète

Une étudiante de niveau collégial a été embauchée à titre de guide-interprète grâce à une subvention du programme Jeunesse Canada au Travail. Encore cette année, la tâche était variée en raison de la pandémie et comprenait un mélange de visites de groupe, quelques heures par jour au kiosque d'accueil pour introduire les visiteurs à certaines notions historiques importantes et quelques heures par jour de sondages auprès de la clientèle ou de saisie de données. Au terme de la saison, l'équipe a constaté qu'il serait préférable de miser sur des adultes disponibles tout l'automne pour recevoir les groupes que des étudiants qui doivent quitter leurs fonctions dès la mi-août pour retourner sur les bancs d'école.

Animations itinérantes

Devant l'impossibilité des sorties éducatives, le Musée a répondu à l'appel de la Commission scolaire de Charlevoix en créant sur mesure deux ateliers de 50 minutes dont voici le résumé.

Apprenti matelot

Primaire 4^e année, 9-10 ans

Résumé : Un bon moussaillon doit posséder plusieurs qualités et certaines connaissances de base pour naviguer. Cet atelier d'initiation invite l'élève à réaliser trois défis. Il doit d'abord connaître des mots du vocabulaire maritime pour comprendre les ordres du capitaine, savoir faire des nœuds marins et pouvoir communiquer avec les autres bateaux à l'aide du code international des drapeaux. La présentation est animée de vidéos, de photos, d'un quiz et d'exercices pratiques pour impliquer l'élève. L'atelier comporte aussi une introduction à l'histoire maritime de Charlevoix.

Jeu d'artéfacts

Tous les niveaux du primaire

Résumé : Les participants voyagent dans le passé grâce à 12 artéfacts maritimes. Chacun a une histoire à raconter. L'atelier débute par un jeu d'association en équipe de deux. L'animateur en fait ensuite la correction en expliquant chacun d'eux et en sollicitant la participation des élèves (utilisation de film, photos, exemples, questions-quiz). Au terme de cet atelier, les jeunes comprennent le rôle des goélettes de Charlevoix dans le développement du Québec tout comme l'évolution de la technologie (GPS, échosondeur, etc.). Si le temps le permet, les jeunes pratiquent quelques nœuds marins.

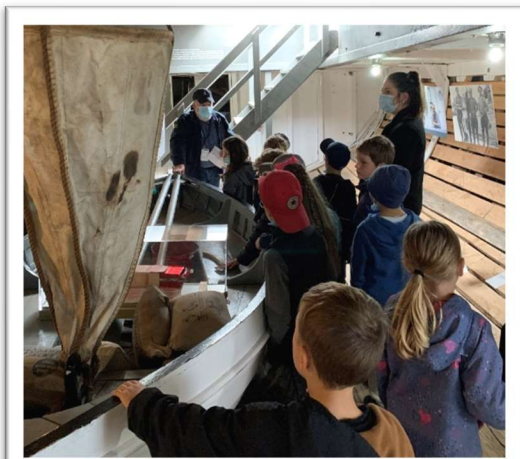
Au total, ce sont quelque 600 jeunes des écoles primaires de Charlevoix qui ont découvert le pays des goélettes !



Bonification du programme d'animation pour les jeunes

La révision du programme d'animations jeunesse s'est poursuivie en 2021 et du matériel pédagogique fut produit pour trois nouveaux ateliers. Une animation se déroule aux abords du Félicia et défie les jeunes lors d'une course à relais sur le code international maritime, une autre prend place dans la magasin et l'atelier du chantier et fait appel à la créativité théâtrale des jeunes. La dernière porte sur le vocabulaire maritime et propose le jeu du dictionnaire à bord de la St-André. L'équipe a pu enfin en tester quelques-unes à l'automne avec le retour des groupes étudiants, ce qui lui a permis de les peaufiner.

Toutefois, lorsque le Musée reçoit une école de 90 jeunes de 5 à 12 ans, il devient impensable de proposer certaines animations à tous les jeunes. Le Musée opte alors pour un mélange d'activités et de transfert de connaissance grâce à ses valeureux bénévoles du village qui, pour la plupart, ont vécu l'époque des goélettes et ont même navigué. Les jeunes sont ravis par ces belles rencontres, les yeux brillant d'émerveillement. Le Musée est privilégié de pouvoir compter sur le capitaine Gérard Belley pour enseigner les nœuds marins, le capitaine Hubert Desgagnés pour raconter l'histoire de sa famille de navigateurs, l'enseignante retraitée et fille du village Rita Tremblay pour animer un rallye maritime avec les tout-petits, Jean-Yves Vallée et le capitaine Jean-Marc Belley pour construire des bateaux de bois et Louise Boudreault pour se dégourdir dans la piste d'hébertisme. Leur apport enrichit l'expérience des jeunes de passage au Musée.



NOUVELLES EXPOS

La programmation 2020 du Musée offrait deux nouvelles expositions.

Elles portaient leur nom



À l'occasion du 40^e anniversaire de fondation du Musée et du 75^e des Chantiers maritimes de Charlevoix, la *Mémoire des lieux* raconte la fondation, l'activité puis le déclin des installations du chantier. Elle raconte aussi la renaissance du site avec la création de l'Exposition maritime de Charlevoix devenue Musée maritime de Charlevoix.

Ici, sur le ton de la confiance, le Musée, le chantier, les goélettes s'amalgament, se tricotent, s'épissent dans cette exposition rendant hommage aux femmes du pays des goélettes, celles qui ont donné leur nom à des goélettes, celles qui ont investi dans la compagnie des Chantiers maritimes de Charlevoix, celles qui tenaient les livres et nourrissaient les équipages tant attendus.

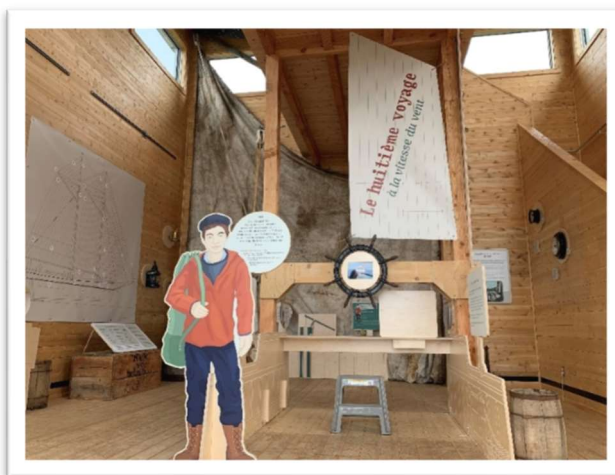
En complément, le balado *Femmes au pays des goélettes* fut produit. Voir la rubrique en page 38.

Le huitième voyage : à la vitesse du vent

Le Musée complète son exposition permanente avec ***Le huitième voyage : à la vitesse du vent***, dédiée aux goélettes à voile, un sujet jusque-là effleuré par l'institution.

Prenant place dans le Pavillon des pilotes du Bas Saint-Laurent, l'exposition permet un retour au 19^e siècle et la rencontre d'Adrien, un mousse de 13 ans qui s'embarque sur la goélette à voile

« numérique » de son père. Les visiteurs, petits et grands, sont invités à prendre la roue sous les ordres du capitaine, à faire un dernier voyage, celui de novembre, le plus payant et le plus risqué, pour vivre une expérience ludique, technologique et contemporaine.



L'itinéraire maritime du jeu vidéo est divisé en cinq portions de navigation virtuelle. Entre chacune d'elles, le visiteur doit relever un défi ludique et trouver la bonne réponse en parcourant l'exposition pour accéder à la prochaine étape.

Le Musée a retenu les services de la firme spécialisée CRÉO pour l'épauler dans la conception de l'exposition et a pu compter sur l'expertise du conseiller scientifique Hubert Desgagnés. Il a aussi reçu un appui financier de Tourisme Charlevoix via l'Entente de développement numérique des entreprises touristiques, du Secrétariat de la Capitale-Nationale, de la MRC de Charlevoix via l'Entente de développement culturel et le Fonds de mise en valeur du secteur fluvial, et de la SADC de Charlevoix, Côte-de-Beaupré, île d'Orléans. Ici, le numérique côtoie le canevas. En effet, les frères Donald et Marc Harvey ont prêté au Musée la voile de misaine d'origine de la G. Montcalm (1939).



Compte tenu de la qualité du projet, le Musée et CRÉO se présenteront au NUMIX en février 2022, un gala qui récompense l'excellence des contenus numériques du Québec.

Balado *Femmes au pays des goélettes*

En réponse à l'invitation du ministère de la Culture, le 28 juillet 2020, la direction du Musée participait à l'appel de projets pour le soutien numérique 2020-21 en déposant une demande d'aide financière pour la production d'un balado de six épisodes intitulé *Femmes au pays des goélettes*.



Autour de ce projet, le Musée a réuni une équipe aguerrie : Marie Grégoire à l'animation, Francine Plourde à la réalisation, Alexis Desgagnés à la recherche. Les artistes Suzie Gagnon, Noëlla Huet, David Bouchard et Stéphane Tétréault ont assumé la musique, le chant et l'interprétation.

Comme la réponse de financement devait être reçue en septembre et qu'elle le fut à la fin décembre 2020, l'équipe de production s'est mobilisée dans les derniers jours de l'année pour s'assurer de la disponibilité des artisans et des artistes. Ce balado, enregistré au Domaine Forget en mai 2021, est

à la fois une pièce maîtresse des célébrations anniversaires du Musée et un complément à l'exposition *Elles portaient leur nom*.

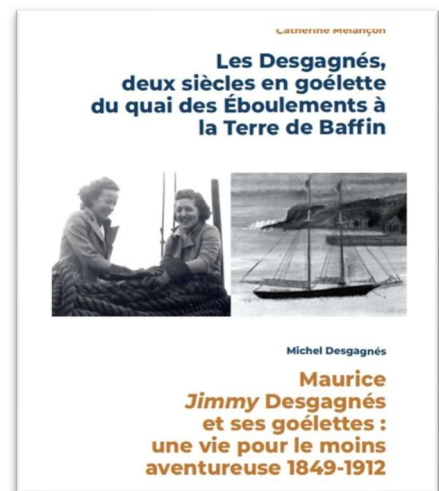


Le balado est disponible sur le site Internet du Musée, mais aussi sur plusieurs plateformes d'écoute telles Balado Québec et Google podcast.

Livre sur les Desgagnés

Une autre façon de souligner le 40^e anniversaire du Musée ! Les auteurs Catherine Melançon et Michel Desgagnés ont écrit à quatre mains un livre sur la famille Desgagnés. Deux chapitres, 140 pages pour raconter une famille aussi importante à la navigation et Charlevoix que les Molson à la bière et à Montréal.

L'un faisant l'histoire des deux cents dernières années de navigation des Desgagnés de Saint-Joseph-de-la-Rive et l'autre racontant la vie peu banale de Maurice Jimmy Desgagnés à l'époque des goélettes à voile. Le plan de la Marie Vigilante, la goélette fétiche, figure au centre du livre et est le fruit du travail de l'architecte naval Réjean Desgagnés. Le Musée a tiré l'ouvrage à 250 exemplaires en vente à sa boutique tout comme le plan de la Marie Vigilante, imprimé sur papier Saint-Gilles.

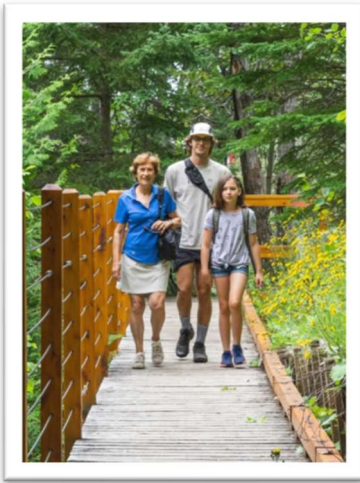


LOCATION DE SALLES ET D'ESPACES

En raison de la pandémie, toutes les locations de salle ont été interdites.

ENTRETIEN

Les vieux bâtiments du chantier appellent un entretien constant. Un contrat de construction a été octroyé pour refaire la toiture de l'entrepôt, duquel a découlé l'émondage et la coupe de certains arbres à proximité et l'embauche d'un exterminateur pour trois ans afin de lutter contre les fourmis charpentières.



La pose de gouttières le long des bâtiments s'est aussi ajoutée à la liste des priorités pour mieux les protéger.

Des tables de pique-nique ont été fabriquées et les deux phares repeints. Finalement, on a refait l'électricité du quai et assuré la sécurité des visiteurs par l'ajout de filets barrières tout autour. Avec quelque 20 000 marcheurs qui empruntent annuellement le sentier de la Forêt marine, il est impératif d'entretenir les sentiers. Si bien qu'à l'automne, une demande de subvention a été déposée à cet effet. À suivre !

LES GOÉLETTES

Toujours épaulé par Hubert et Michel Desgagnés et les professionnels de la firme Rayside/Labossière, le Musée a déposé en mars l'ultime projet de mise à l'abri de ses trois goélettes.

Pour mémoire, il faut spécifier que les travaux antérieurs avaient permis de dégager deux grandes idées fondatrices tant pour le ministère de la Culture et des Communications que pour le Musée : la mise à l'abri est un impératif qui précède la restauration des goélettes et la Jean-Yvan est une authentique goélette de Charlevoix qui doit être protégée autant que les deux autres bateaux, même si elle ne figure pas au *Registre des biens culturels du Québec*.

Évidemment, ce dépôt de projet a été suivi de plusieurs demandes de travaux complémentaires dont une étude environnementale, une autre sur les coûts estimés, une autre sur la valeur archéologique du lieu, alouette!

Finalement, le projet de protection pérennes des goélettes, par une mise à l'abri de celles-ci, a connu son dénouement lors de l'annonce du 20 novembre au cours de laquelle le gouvernement s'engageait à investir 5 M\$. Le Musée, ses donateurs, la MRC de Charlevoix et la municipalité des Éboulements investissaient près de 1,5 M \$. Au 31 décembre, il ne manquait que la contribution du gouvernement fédéral.

En décembre et avec l'appui indéfectible de l'ami et collaborateur Serge Pitre, le Musée, après un appel d'offres public, retenait les services de la firme GPH comme gestionnaire de projet.

Toujours en décembre, le Groupe Océan - suite à un contrat de gré à gré - préparait la Jean-Yvan à l'hiver. La goélette a été consolidée, corsetée, allégée de 10 000 livres, sa timonerie emmitouflée, bichonnée par des experts informés de la valeur patrimoniale et sentimentale de la voiture d'eau construite à Petite-Rivière-Saint-François.

En avant toute et à suivre pour 2022.



Une idée préliminaire des futurs abris.

LES ARCHIVES

(en collaboration avec Suzanne Provost et Danielle Bouchard, bénévoles)

La collection du Musée maritime de Charlevoix s'est enrichie en 2021 de trois nouveaux fonds comportant des cartes, des diapositives de goélettes et des cassettes d'entrevues. Le fonds Cyprien Bossé a été traité, le fonds Michel Tremblay est en attente de traitement et les cassettes d'entrevues ont été numérisées, mais doivent être décrites.

La Collection du Musée C-1 a fait l'objet d'une révision en profondeur à laquelle ont été consacré 165 heures de travail. Les livres contenus dans certains fonds (P-11, P-13, P-14, P-15, P-19) ont fait l'objet d'une évaluation en regard de la mission de l'institution muséale. Les périodiques conservés par le Musée ont été également estimés en fonction des mêmes critères. Toujours par rapport à la pertinence du fonds en vertu de son mandat, des démarches ont été entreprises auprès des archives de la Ville de Lévis concernant le transfert du fonds P-9 Davie qui nous avait été confié. La mise en boîte pour le transfert a été complétée. Quelque 17 761 pièces du fonds P-10 Armand Therrien ont été traitées, ce qui représente 333 heures de travail.

Le personnel des archives a aussi été mis à contribution pour la recherche liée à des expositions, de la formation, une mise en ordre des artefacts ainsi qu'un travail dans la comptabilité. Une demande de subvention a été présentée à Bibliothèque et Archives nationales du Québec pour numériser une partie de la collection de photos et de diapositives et les intégrer au logiciel Archi-log. On attend toujours une réponse.

LES DONS, LEGS ET PRÊTS

Pour l'exposition *Elles portaient leur nom*, Fernand Desgagnés a commandé une maquette de la D'Auteuil II à Jacques Tondreau pour l'offrir au Musée et Raynald Tremblay a prêté les maquettes de la Jean Richard, de l'Amanda Transport et de la St-André. Les enfants de Maurice et Annette Desgagnés ont gentiment prêté au Musée des objets ayant appartenu à leurs parents pour garnir la vitrine de l'expo.

Le bédéiste Michel Rabagliati a prêté les planches originales 9 et 10 évoquant l'Exposition maritime de Charlevoix de *Paul à la quincaillerie*, édition La Pastèque, 2002.

Yvan Desgagnés a prêté deux hublots et un donneur d'ordre de la Mont Ste-Marie pour l'interprétation de cette goélette emblématique installée dans le pavillon d'accueil.

Dans le Pavillon des pilotes du Bas Saint-Laurent, parfaitement en lien avec l'exposition *Le huitième voyage : à la vitesse du vent*, la voile de misaine d'origine de la G. Montcalm, prêtée par la famille Harvey de l'Île-aux-Coudres, est hissée au mur. On y trouve la reproduction du plan probable de la Marie Vigilante, dessinée par l'architecte naval Réjean Desgagnés qui a généreusement cédé ses

droits de reproduction au Musée. Le Musée en a imprimé un tiré à part sur papier Saint-Gilles aussi disponible à la boutique du Musée.

L'Université Laval a prêté jusqu'en juin 2024 un renard de navigation en bois utilisé dans le cadre d'animations scolaires auprès de jeunes du préscolaire et du primaire.

De plus, le Musée a reçu de nombreux dons, ici détaillés :

Ayant eu le privilège de séjourner devant le fleuve pendant plusieurs années, il a semblé naturel à madame Fabienne Verdier et monsieur Ghislain Baizeau d'offrir au Musée un demi-plan d'une goélette. Après étude photographique par Hubert Desgagnés, il semble que ce bel objet, acheté chez un brocanteur de la région, soit le demi-plan d'une goélette à voiles des années 1920;

- Monique Latulippe Laurendeau a donné plusieurs objets maritimes (toile encadrée de la Mont-Royal, épissoir, maillet en bois, anneaux en bois, clavet pour calfat, baromètre, demi-coque, sifflet, petit canot, fanal à l'huile, etc.);
- Michel Tremblay a offert plusieurs fichiers numériques comportant des photos, des diapositives, des films et des planches-contacts;
- Martin Gagné a donné une roue de bateau de 39 pouces de diamètre, qui est une reproduction de Lucie Renaud;
- Daniel Fillion a donné une photo de Gérard Fillion, son grand-père ou arrière-grand-père de Baie-St-Paul;
- Claude Côté a offert un *Blue Print* d'une partie de la d'Auteuil II (plan du gouvernail et étambot), produit par Albert Audet;
- André Crochetière a fait don d'un tableau de la St-André, peint en 1978 par Fernand Gagnon;
- En septembre 2021, Fernand Desgagnés a remis au Musée un grand pavois neuf et en octobre, plusieurs objets maritimes (cloche mécanique en laiton, miroir azimut pour prendre des repères de boussole céleste et terrestre, petit fanal marin à l'huile, battant de cloche et horloge marine à ressort Seth Thomas);
- Revenu sur la terre de ses ancêtres après trente ans comme cadre supérieur au sein de sociétés canadiennes installées en Europe, Jean-Pascal Simard est maintenant un orpailleur. À la recherche de pépites, de projets ancrés au territoire où s'engager, il est tombé sous le charme du sentier de la Forêt marine tout en appréciant le Musée comme un acteur dynamique capable, par l'interprétation des goélettes, d'illustrer la synergie entre la montagne et le fleuve. Car, en fait, les goélettes étaient des forêts navigantes aujourd'hui inspirantes. Ce gestionnaire atypique amateur d'idées hors cadre a commis un don de 5 000 \$ destiné à la seule rénovation du sentier.

Que chacune de ces personnes et de ces familles soient remerciées chaleureusement. Leurs dons assurent la qualité et l'esprit des lieux.

PERSPECTIVES

Au moment de rédiger le rapport annuel, les membres de l'équipe sont déjà corps et âmes dans la saison à venir. Ainsi, cette rubrique se veut le coin d'un voile discrètement levé sur la prochaine année.

Derrière le rideau levé, on voit que le Musée attend plusieurs réponses à des demandes d'aide formulées entre juillet et décembre 2021. Il espère obtenir les fonds pour revoir son accueil, indexer les documents photographiques de ses archives, restaurer son sentier, rafraîchir son exposition principale et embaucher un préposé aux activités numériques et réseaux sociaux dans son équipe.

Certes, le fond de l'air du printemps soufflera les effluves des premiers travaux pour la mise à l'abri des goélettes et le renouvellement de la subvention statutaire du Musée au programme d'aide aux institutions muséales (PAFIM). La mise à l'abri devrait se déployer jusqu'en 2023 alors que le PAFIM est un exercice valable pour trois ans.

Évidemment l'un comme l'autre de ces dossiers relèvent de la direction générale, de cette nouvelle personne à trouver pour prendre la suite des affaires après le départ annoncé de madame Rainville. D'ailleurs, la future retraitée s'est engagée à faciliter la transmission voire à l'épauler en plus de prendre en charge la huitième édition du Grand Bal maritime prévue le 27 mai prochain.

Le Grand Bal maritime est la principale activité-bénéfice du Musée. Or, la pandémie a contraint la direction à repousser cette agape. Présenté en 2022 par la Banque Nationale et placé sous la présidence d'honneur de Patrick-Claude Dionne, le Grand Bal a comme invité d'honneur Louis-Marie Beaulieu de Desgagnés. Le Musée espère dégager 150 000\$ pour poursuivre son œuvre en restaurant ses bateaux et en bichonnant ses nombreux bâtiments patrimoniaux.

Si toute l'équipe espère franchir le cap des 20 000 visiteurs et celui de 2 250* visiteurs en groupes, elle veillera à ce que chacun et chacune soit accueilli chaleureusement en présentant une offre muséale toujours améliorée, une boutique toujours plus distincte, un site toujours beau et une nouvelle façon de mieux visiter le pays des goélettes.

*Chiffre atteint avant la pandémie.



Cartouche

Direction : Marie Anne Rainville

Rédaction : l'équipe du Secrétariat

Mise en page : Marie-Hélène Thivierge

Photos : Musée maritime de Charlevoix, Patrice Lapointe, René Bouchard, Raphaël Bilodeau et Tourisme Charlevoix

Édition : Février 2022