



# Rapport annuel



2018



 **MUSÉE MARITIME**  
de Charlevoix

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

# TABLE DES MATIÈRES

---

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE	4
Liste des membres du conseil d'administration	5
RAPPORT DE LA DIRECTION GÉNÉRALE	6
ORGANIGRAMME	9
Merci !	10
L'AGRÉMENT DES INSTITUTIONS MUSÉALES	11
LES ÉVÉNEMENTS	13
Cap sur le fleuve	13
Fêtes de la mer	13
Spectacles sur mer	14
Bouteilles à la mer dans le cadre des Journées de la culture	15
Colloque international des études supérieures en tourisme	16
ACCUEIL/BOUTIQUE	17
LA CANTINE	18
COMMUNICATIONS	19
Nouvelle identité visuelle	19
Dépliant	20
Séance de photos	20
Tableau des donateurs	20
Bulletins	20
Cartes de Noël	21
Relations de presse	21
Représentation et salons	21
Gala Charlevoix reconnaît	22
PARTENARIATS ET MEMBERSHIPS	23
Circuit des 7 lieux	23
Nouveaux partenaires	23
PUBLICITÉ	24
INTERNET ET MÉDIAS SOCIAUX	24
ANIMATIONS	25
Guides-interprètes	25
Accueil de groupes (adultes, étudiants et camps de jour)	25

Promenade au village	25
PARC DES NAVIGATEURS	26
L'INAUGURATION DU PARC DES NAVIGATEURS	28
LES GOÉLETTES	29
LE CHANTIER	30
PERSPECTIVES	30

# RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE

---

Claude Lafleur, président

2018

*Toutes voiles dehors*, en 2018, le Musée a accueilli 50% plus de visiteurs dont 10 fois plus de familles. De mon point de vue, cette dernière année est une année « *start up* », une année de renouveau.

En terminant et en inaugurant le *Parc des navigateurs*, nous avons mis à l'eau un Musée revu et corrigé. En choisissant de positionner le Musée entre nature et culture, les administrateurs de la dernière décennie ont été clairvoyants. Car, en misant sur le *Parc des navigateurs* et la *Forêt marine*, ils adaptaient le Musée aux exigences du tourisme actuel où chacun, surtout les milléniaux, cherchent une expérience à vivre, à raconter et à afficher sur les réseaux sociaux. Fait à noter, avec son sentier pédestre, le Musée faisait venir à lui une nouvelle clientèle : les écolo-sportifs. Plus de 11 000 marcheurs ont répondu à notre invitation.

Outre le Parc, nous avons bonifié notre offre culturelle avec de nouvelles expositions, le circuit de la *Promenade au village*, les *Spectacles sur mer*, *Bouteilles à la mer*, etc. Nous avons aussi amélioré nos services en proposant une cantine et des aires de repos et de pique-nique.

Nous avons aussi contracté un nouvel engagement pour la prochaine décennie : assurer la protection pérenne de nos trois goélettes de bois et de notre vieux chantier.

Pour la dernière décennie comme pour la prochaine, le Musée compte des avantages précieux. Premièrement, ses valeureux bénévoles, de l'entretien du terrain à celui de nos archives. Deuxièmement, ses fidèles bienfaiteurs qui de *Grands bals maritimes* en *Caps sur le fleuve* investissent pour garder bien vivant un riche patrimoine. Troisièmement, une équipe de travailleurs, permanents, saisonniers et contractuels, vaillante et déterminée à faire du Musée un produit d'appel en Charlevoix. Et enfin, des administrateurs perspicaces, rigoureux, responsables qui mettent leur expérience et leurs réseaux au service du Musée.

Ainsi, en 2018, le conseil d'administration a recruté et accueilli de nouveaux membres dont les expériences sont signifiantes pour notre institution. Madame Manon Lavoie dirige les chantiers du Groupe Océan. Monsieur Carl Robitaille préside les destinées de la Corporation des pilotes du Bas Saint-Laurent. Monsieur Vincent Landry, agit à titre de vice-président associé, Groupe comptes nationaux à la Banque Nationale - Grandes entreprises.

En septembre, le président Renaud Beauchesne proposait aux membres du conseil de me confier la présidence du Musée. Ce que j'ai accepté d'autant facilement qu'il siégerait désormais à titre de vice-président.

Certes, la gestion d'une institution muséale, la protection d'un patrimoine et la défense de la culture sont des missions captivantes, exigeantes et hautement humaines. Les amis du Musée, bénévoles et bienfaiteurs sont en cela une grande source d'inspiration.

### **LISTE DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

M. Claude Lafleur	Président
M. Renaud Beauchesne	Vice-président
M. Hugues Sansregret	Secrétaire-trésorier
M. Mark Donohue	Administrateur
M. Julien Dufour	Administrateur
M. Vincent Landry	Administrateur
M <sup>me</sup> Manon Lavoie	Administratrice
M. Carl Robitaille	Administrateur
M. André Martin	Administrateur

# RAPPORT DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

---

Marie Anne Rainville, directrice générale

## Toutes voiles dehors !

*Toutes voiles dehors !* Ce slogan du Musée résume bellement l'année 2018. Tourner les pages de l'agenda ou des cahiers de notes donne le tournis.

En effet, dès le 3 janvier 2018, toute l'équipe – quatre personnes, et une poignée de contractuels – a mis le cap sur le 28 juin, moment de l'inauguration officielle du *Parc des navigateurs*, ce projet par lequel le Musée devait se redéployer.

Outre qu'il fallait terminer les travaux de construction du Pavillon des Pilotes, ceux du réaménagement des salles du vieux musée et ceux d'aménagement paysager du Parc, il fallait investir les contenus des expositions à venir, revoir et moderniser les communications, déposer les demandes de subventions et de commandites pour faire l'été, apprendre à vivre sans Danielle.

Le pari 2018 était : le redéploiement donnerait ses fruits, notamment en termes d'achalandage, si on travaillait tous les aspects en même temps.

Ce défi a été relevé grâce au travail acharné du secrétariat, des contractuels, des employés saisonniers, des fournisseurs appuyés des membres du conseil d'administration et de la cinquantaine de bénévoles investis au Musée.

Mille anecdotes jalonnent l'année 2018 comme la recherche effrénée des étiquettes interprétant l'arboretum, les dates butoir ignorées par plusieurs fournisseurs – G7 oblige –, la commande trois fois reprises des pavillons des mâts du Pavillon des Pilotes, le blocage des tablettes numériques de l'exposition *Jeu de cartes* aux premiers jours de la saison, la désertion du Musée durant le G7, le printemps espéré pour avril arrivé seulement à la fin mai, l'été si chaud que l'arrosage était un enjeu de beauté et d'argent, et manque de pot, le ministère de la Culture et des Communications annonçait à la fin avril la mise en place d'un processus d'agrément de toutes les institutions muséales exigeant le dépôt d'une demande en septembre.

Dans cette course folle vers l'inauguration, André Descôteaux, coordonnateur de l'entretien et de la maintenance, a préparé le vieux musée du pont de la goélette *Saint-André* aux salles d'expositions en passant par les salles de toilette. Serge Pitre, responsable du chantier, a fait preuve d'un leadership expérimenté et rassurant, des appels d'offres à l'installation des balançoires ou de la tourbe. Martin Desgagnés, architecte-paysagiste, a mis tout son talent et son professionnalisme au service de la beauté du Musée. Marie-Hélène, coordonnatrice aux communications, animations et événements, a, en plus, été l'ange réconfortant et minutieux de la direction générale. Catherine Melançon, notre dévouée conservatrice contractuelle, a conçu et réalisé trois expositions parallèlement et dans des délais relevant

de l'exploit. Marie-Pier, la toute nouvelle secrétaire administrative s'est révélée habile dans la mise en forme des documents comme l'organisation de la fin de l'année financière en plus de gérer les horaires et les factures. Micheline Giguère a mis son expertise au service de l'accueil/boutique en plus d'être la mémoire du lieu. Lucie Gauthier a relevé les défis de l'interprétation et de la signalisation de ce vaste lieu avec des pictogrammes parfaitement simples et universellement accessibles.

Plusieurs ont travaillé sept jours semaine. Une fois ou deux, on a dû prendre une pause ou de grandes respirations, mais le 28 juin, le Musée surprenait agréablement ses invités. Chacun d'eux recevait alors un programme souvenir et visitait le nouveau Musée accompagné tantôt de la conservatrice, tantôt du président de la Corporation des pilotes du Bas Saint-Laurent, tantôt de l'architecte-paysagiste...

Après une décennie à en rêver, le Musée maritime de Charlevoix se redéployait en proposant un musée, un lieu de mémoire, entre nature et culture comptant, notamment, quatre nouvelles expositions.

À ce chapitre, le travail de préparation de celles-ci a bénéficié quotidiennement du savoir d'Hubert Desgagnés et mis en lumière la nécessité de nommer un comité scientifique aviseur.

Créé en août 2018, le comité compte sur la participation bénévole d'Hubert Desgagnés, Catherine Melançon et Suzanne Provost. D'ailleurs, grâce à la participation de madame Provost, le Musée a déposé une demande de subvention auprès de Patrimoine Canada pour revoir et rafraîchir l'ensemble de ses archives qui comptent des artefacts, quelques fonds dont celui des Chantiers maritimes de Charlevoix et beaucoup, beaucoup de documents papier ou visuels accumulés au cours de ses 38 ans d'existence.

Parlant d'artefacts, l'état des deux goélettes reconnues au Répertoire du patrimoine du Québec comme biens patrimoniaux fait l'objet de discussions soutenues avec le ministère de la Culture et des Communications. Aiguillé par deux rapports distincts du Centre de conservation du Québec sur la *Marie-Clarisse* et la *Saint-André*, le Musée, appuyé solidement par le cabinet d'architectes Rayside/Labossière, a déposé un premier pré-projet de mise à l'abri et de restauration complète des trois bateaux de bois sur son site. En effet, le Musée estime que la *Jean-Yvan* est aussi importante pour la compréhension de l'histoire navale de Charlevoix que les deux autres goélettes.

Dans la foulée des commentaires des uns et des autres, notamment ceux des membres du conseil d'administration et sous la présidence avisée de Manon Lavoie, architecte navale et directrice des chantiers du Groupe Océan, le pré-projet a été amendé et représenté en décembre au ministère. Désormais, l'idée d'abriter de façon permanente les goélettes est exclue par l'équipe de direction du Musée. De plus, à la restauration des goélettes, il faut impérativement ajouter celle du chantier qui devrait bénéficier, croit-on, d'un statut de lieu patrimonial. Aussi, le conseil d'administration réitère régulièrement et fermement que la protection pérenne des goélettes et du chantier est au cœur de ses actions pour la

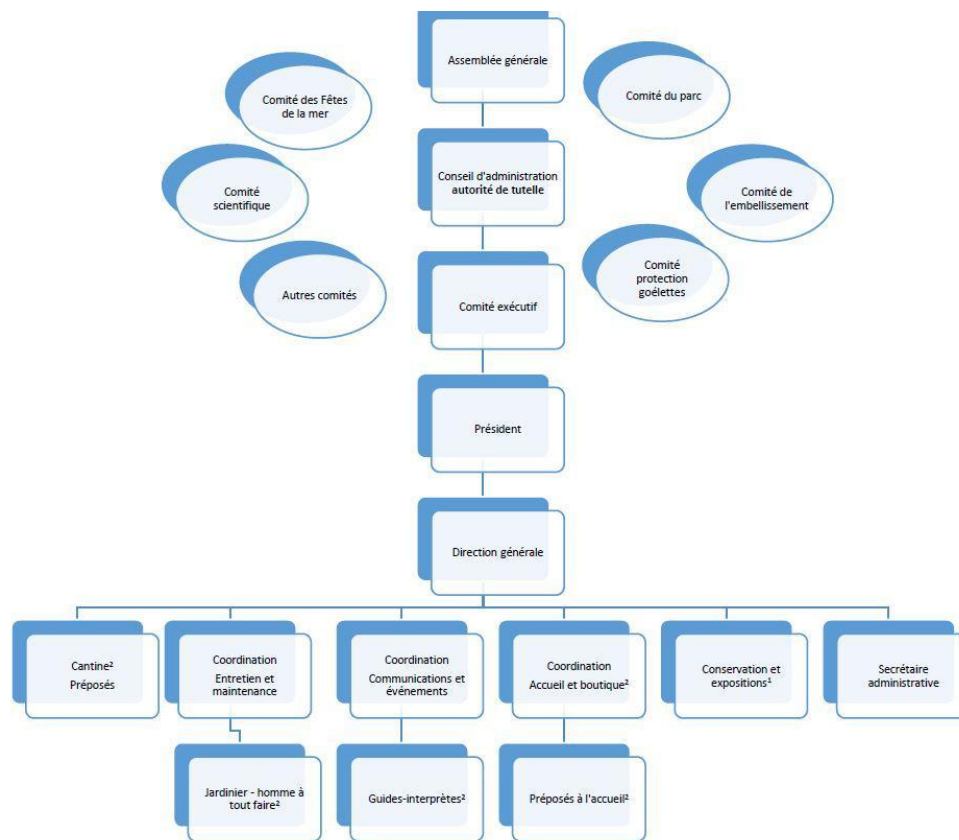
prochaine décennie puisqu'ils fondent le sens et l'action du Musée. D'ailleurs à la pérennité des goélettes, il réserve des fonds importants accumulés de *Grands bals maritimes en Caps sur le fleuve*.

Les goélettes sont le produit phare du Musée. Si l'offre muséale améliorée a permis de rejoindre deux fois plus de visiteurs au cours de la dernière saison, un sondage maison démontre qu'elles sont les chouchoutes des touristes. De plus, il mesure l'appréciation des visiteurs qui donnent une note de plus de 9/10 à l'ensemble des expositions et des attraits. Tous les commentaires, écrits comme oraux, soulignent la beauté du lieu.

Comme à l'époque du chantier, le Musée est le cœur du village. Il profite à sa communauté tant au plan culturel qu'économique. Il s'inscrit dans les produits d'appel de Charlevoix.

Hors de tout doute, les goélettes constituent aujourd'hui un patrimoine matériel et immatériel avec leurs héros, leurs familles, leurs bâtisseurs, leurs capitaines, leurs marins, leurs savoir-faire, leur époque, leurs naufrages et leur musée. Tellement musée que la Commission municipale du Québec l'exempte de taxes municipales et scolaires pour les neuf prochaines années.

# ORGANIGRAMME



## Liste des employés permanents

Marie Anne Rainville	Direction générale
Marie-Pier Gagnon	Secrétaire administrative
Marie-Hélène Thivierge	Coordonnatrice aux communications
André Descôteaux	Coordonnateur à l'entretien et la maintenance

## Liste des employés saisonniers

Micheline Giguère	Coordonnatrice à l'accueil et la boutique
Micheline Bergeron	Préposée à l'accueil et la boutique
Constant Tremblay	Préposé au Parc
Marc-Antoine Bouchard	Préposé à l'entretien extérieur
Line Girard	Responsable de <i>La Cantine</i>

Nicole Dassylva	Préposée à <i>La Cantine</i>
Vanessa Dufour	Guide-interprète
Marylee Fortin	Guide-interprète
<b>Employés contractuels</b>	
Serge Pitre	Chargé du projet du Parc
Martin Desgagnés	Architecte-paysagiste
Catherine Melançon	Conservatrice
Marie O'Neill	Guide-interprète
Anne Tremblay	Entretien ménager
Ghislain Dufour	Menuisier
Raphaël Boudreault	Menuisier

## Merci !

D'année en année, les bénévoles actifs au Musée lui permettent d'être, de rayonner, de grandir. D'abord, ils assurent la gestion du Musée en siégeant au conseil d'administration. Ils tiennent à bout de bras les *Fêtes de la mer* pendant lesquelles est remis le prix *Moussaillon* pour souligner leur générosité. Ils bûchent, sèment, plantent, tressent pour que le *Parc des navigateurs* soit toujours plus beau et accueillant.

Aussi, elle a dépoussiéré les artefacts et les vitrines d'exposition tout l'été. Depuis nombre d'étés, il astique les bronzes et les cuivres avec le sourire. Ils ont accueilli les visiteurs à l'inauguration officielle du *Parc des navigateurs* et aux *Bouteilles à la mer*. Il a offert des bancs à nos visiteurs. Elle a revu nos traductions maison. Ils ont fait des épissures et monté nos pavillons. Elle a évalué nos archives et supervisé la préparation d'une demande de subvention. Il a corrigé tant et tant de documents au contenu historique. Ils ont vendu un nombre important de billets à *Cap sur le fleuve* ou aux *Fêtes de la mer*.

Et, ils ont tous été les amis précieux du Musée.

# L'AGRÉMENT DES INSTITUTIONS MUSÉALES

---

En avril 2018, le ministère de la Culture et des Communications (MCC) décidait de donner suite à la recommandation 4 du rapport du Groupe de travail sur l'avenir du réseau muséal québécois (rapport Corbo, novembre 2013) par la mise en place d'un processus d'agrément des institutions muséales. Pour le ministère, l'agrément est une réforme du processus de reconnaissance des institutions muséales (Politique muséale, 2000).

En outre, en 2019-2020 et pour cinq années consécutives, l'agrément sera un label de qualité délivré par le MCC au nom du gouvernement du Québec. Il regroupera un réseau de qualité qui répond aux standards internationaux en muséologie. Il témoignera de la performance de l'institution en termes de pratiques muséologiques, d'opérations, de planification, de protection et de mise en valeur du patrimoine.

Afin d'atteindre ses objectifs, à la fin avril, le MCC met en place un processus de demande d'agrément. Cette demande d'agrément devra être déposée le 30 septembre 2018 pour une confirmation ou une infirmation de l'agrément. Agrément qui donnera accès au soutien financier et aux différents programmes dudit ministère. Le résultat des demandes d'agrément devant être connu pour le renouvellement, en avril 2019, des demandes au Programme d'aide financière des institutions financières (PAFIM).

Au Musée maritime de Charlevoix, la demande d'agrément est perçue au sein de l'institution comme une occasion de faire reconnaître tous les aspects du Musée notamment l'offre de quatre nouvelles expositions. C'est ainsi que le secrétariat s'engage sérieusement dans la préparation de son dossier en y consacrant plus de trois mois de travail et de recherche. Un comité ad hoc du conseil révisera la demande avant que celle-ci ne soit présentée au conseil d'administration du 21 septembre.

Une demande d'agrément c'est un important questionnaire numérisé complété et accompagné de ou des :

- Lettres patentes de l'institution
- Statuts et règlements
- La mission
- La liste du conseil d'administration
- La liste des titres et des fonctions des employés
- L'organigramme
- Liste des publications
- Le plan de développement du Musée
- Les plans de sol des immeubles et équipements
- Le plan d'intervention en cas d'urgence
- La politique d'acquisition ou d'aliénation
- La politique de gestion des collections
- La politique de recherche
- La politique de travail
- La politique de développement durable
- La politique en matière d'éducation

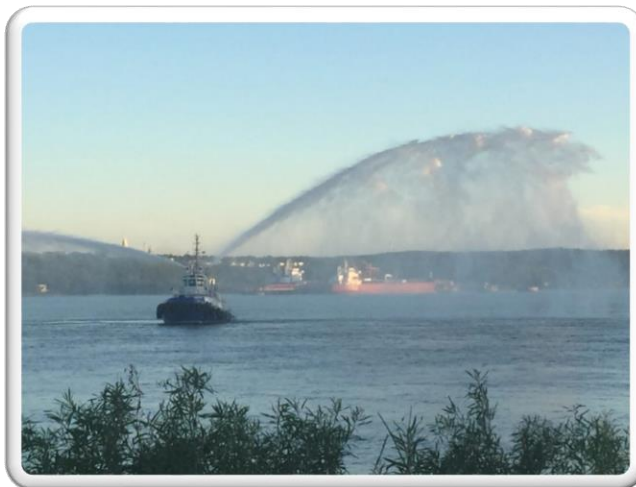
- La politique des bénévoles
- Le protocole d'ouverture et de fermeture du Musée
- La programmation des activités éducatives
- Le rapport annuel de l'année précédente
- Les états financiers des deux années antérieures

# LES ÉVÉNEMENTS

---

## Cap sur le fleuve

Le 12 septembre, la seconde édition de *Cap sur le fleuve* au Quai du Cap-Blanc de Québec a connu des vents favorables avec près de 175 convives et donateurs - acteurs de l'industrie maritime de la grande région de Québec, du monde des affaires et amis du Musée. Bien que l'événement-bénéfice ne se déroulait pas à bord d'un bateau, il n'était pas moins inspiré du fleuve. Le lieu choisit étant ouvert sur le Saint-Laurent et Groupe Océan offrant une démonstration des prouesses d'un remorqueur de sa flotte.



Plus de 70 000\$ ont été amassés pour la protection des goélettes grâce au travail obstiné de deux administrateurs du Musée : Vincent Landry, vice-président associé Groupes comptes nationaux Grandes entreprises, Banque Nationale du Canada, à la présidence d'honneur de l'événement, et Mark Donohue également de l'équipe de la Banque Nationale.

La prochaine édition de l'événement se tiendra en septembre 2020.

Le soutien de nombreux commanditaires et donateurs a permis de dépasser les objectifs financiers fixés. Les commanditaires : Banque Nationale, Coop Fédérée, QSL, Soprema, Groupe Desgagnés, Énergir, Garaga, la Corporation des pilotes du Bas Saint-Laurent, l'Équipe Guy Côté de la Financière Banque Nationale et KPMG. L'accueil généreux du Port de Québec qui a offert la salle. Les donateurs, privés ou corporatifs, de biens et de services, ont permis la tenue d'un encan silencieux au profit du Musée.

## Fêtes de la mer

Le 15 juillet dernier, la 27<sup>e</sup> édition des *Fêtes de la mer* a été un succès. Près d'un millier de visiteurs (un nombre record), huit équipes ont osé construire et mettre à l'eau des bateaux de carton, cinq équipes se sont affrontées pour répondre aux questions d'un jeu qui faisait une belle place à l'histoire des goélettes et de Charlevoix, une Capitaine d'un jour, madame Marie Grégoire, souriante, chaleureuse qui s'est plu sur notre site.

Avec la complicité de la députée, Caroline Simard, le Musée a initié le prix *Moussaillon*. Ce prix annuel, remis à la suite d'un tirage, souligne le travail valeureux et essentiel de la bonne vingtaine de bénévoles qui rendent les Fêtes possibles. Cette année, madame Denise Tremblay, impliquée dans la course de bateaux de carton, a reçu le prix offert par la députée provinciale.

Tous les commanditaires ont répondu à l'appel dont le groupe Desgagnés à titre de présentateur de l'événement. La course des petits bateaux sur la rivière des Boudreault a connu un grand succès et permis d'amasser quelques milliers de dollars.

L'organisation des *Fêtes de la mer* était confiée à la coordonnatrice des événements, Marie-Hélène Thivierge. André, Marc-Antoine et Constant ont vu à l'aménagement du site. Micheline G. était à l'accueil, Micheline B. à la vente de billets pour la course des petits bateaux, Marylee et Vanessa, les guides-interprètes,



étaient partout mais aussi sur Instagram, Marie-Pier gérait les sous et épaulait à la *Cantine*, Nicole et Line, chacune à leur manière, restauraient nos invités. Serge Pitre s'est métamorphosé en juge des bateaux de carton. Marie Anne avait organisé le jeu-questionnaire.

À l'équipe du Musée s'est jointe celle des bénévoles. Ils étaient une vingtaine. Ils étaient l'âme et le sourire de la fête.

La 28<sup>e</sup> édition des *Fêtes de la mer* aura lieu le 14 juillet 2019.

## Spectacles sur mer

Le Musée a initié des *Spectacles sur mer* présentés sur sa terrasse couverte, quelques vendredis de l'été en formule 5 à 7. C'est ainsi qu'il a reçu Pierrot Fournier (hommage à Jacques Brel) le 27 juillet, Didier Dumoutier le 3 août et Moon Bay Orchestra le 31 août. Par ces spectacles intimes, le Musée s'affirmait comme un lieu de culture et de patrimoine ouvert et dynamique, rassembleur de sa communauté immédiate. Le billet, disponible au coût de 20 \$, comprenait le spectacle et l'entrée au Musée (vendue habituellement au coût de 10 \$). Les résidents des Éboulements profitaient d'un rabais de 5 \$.



Les deux premiers spectacles furent très populaires alors que celui du 31 août le fut un peu moins en raison de la date. Le Musée considérera cette réalité lors de l'élaboration de sa programmation 2019.

## Bouteilles à la mer dans le cadre des Journées de la culture

*Bouteilles à la mer*, tenue le dimanche 30 septembre au Musée, est cette activité récurrente des *Journées de la culture* où des passeurs de mots, des scribouilleurs, des chroniqueurs, des poètes du dimanche, des épistoliers, des diaristes et autres sculpteurs de phrases, quelque 150 cette année, viennent rencontrer un écrivain, puis s'offrent le temps d'écrire entre fleuve et montagne.



L'édition 2018 accueillait madame Kim Thuy, l'auteure notamment de *Ru*, à titre de conférencière invitée. Ses mots, son humour, sa vivacité ont hypnotisé la salle pendant plus d'une heure. Généreuse, elle a rencontré chacun qui le souhaitait. Elle a discuté d'abondance avec certains des étudiants du Centre d'études collégiales en Charlevoix qui met la participation à *Bouteilles à la mer* à l'agenda des travaux obligatoires.

Monsieur Claude Lafleur, président du Musée, a trouvé les mots pour remercier chaleureusement madame Thuy qui lui a annoncé qu'elle reviendrait.

Un atelier de création littéraire a suivi la conférence au cours duquel les participants se sont dispersés partout sur le site pour sculpter des phrases que plusieurs ont accepté de lire à la fin de l'atelier.

Avant de quitter, les participants se sont prêtés à une dernière activité, celle de rédiger un court texte de 140 caractères sur papier Saint-Gilles, inséré dans des bouteilles et précieusement conservé jusqu'à l'année prochaine.

L'organisation de *Bouteilles à la mer* a bénéficié de l'appui de la MRC de Charlevoix, de l'Hôtel & SPA Le Germain Charlevoix, de la Papeterie Saint-Gilles, du Centre d'études collégiales en Charlevoix et du travail de quelques bénévoles.

## Colloque international des études supérieures en tourisme

Organisé conjointement par la Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation en tourisme (Québec-Charlevoix) de l'Université Laval et l'UQAM, du 3 au 5 mai 2018, en présence du maire des Éboulements, monsieur Pierre Tremblay et du doyen de l'Université Laval, Guy Mercier, s'est tenu au Pavillon Desgagnés le premier colloque international des études supérieures en tourisme. Il avait pour thème la prospective et l'état des travaux des jeunes chercheurs en tourisme. Essentiellement, des étudiants à la maîtrise et au doctorat, d'ici et d'ailleurs, ont eu l'occasion de présenter et de discuter de leurs travaux.

Leur passage au Musée s'est terminé par une visite d'une heure animée par la directrice générale.

## ACCUEIL/BOUTIQUE

---

Comme dans plusieurs autres institutions muséales, au Musée maritime de Charlevoix, l'accueil, la billetterie et la boutique sont dans un même lieu.

Le plus grand changement qu'a connu la billetterie en 2018 est celui de sa grille tarifaire. D'abord par une entente contractuelle avec la municipalité des Éboulements, les résidents du village ont un accès gratuit et illimité au site. Ensuite, les prix pour les entrées familiales ou individuelles ont été majorés pour refléter l'offre bien plus grande du Musée. Il en fut de même pour les groupes scolaires ou autres.

L'accueil de la clientèle a aussi connu des changements car, avec l'ajout du Parc des navigateurs, il fallait expliquer le site et présenter la carte géographique de celui-ci.

La boutique légèrement réaménagée n'a pas connu le succès escompté. Malgré une forte augmentation de l'achalandage, les ventes ont baissé. Ironiquement cet état de fait s'explique notamment par l'achalandage accru. En effet, le grand nombre de visiteurs, dont plusieurs familles avec des poussettes, a souvent bloqué l'accès aux tablettes de la boutique et au comptoir. Comptoir où d'ailleurs était en vente la dernière production du Musée soit un carnet à colorier pour les tout-petits présentant des dessins maritimes et les pictogrammes en usage sur le site.

De plus, cet achalandage a mis en lumière la nécessité de doter l'accueil d'une billetterie plus efficace notamment au chapitre de la cueillette des informations sur nos visiteurs. Également, la gestion de l'inventaire appelle un système informatisé.

Les deux préposées à l'accueil ont relevé le défi d'accueillir deux fois plus de monde. Leur performance a protégé le Musée du débordement certains jours tout en laissant imaginer que la prochaine augmentation importante de l'achalandage sonnera l'annonce de l'arrivée de personnel supplémentaire durant les périodes de pointe.

### **Achalandage**

De mai à novembre 2018, on a comptabilisé 11 000 marcheurs dans le sentier de la Forêt marine / La Seigneurie. Le Musée a accueilli dix fois plus de familles, de nombreux groupes scolaires, camps de jour et autobus de voyage organisé, soit un achalandage accru de près 50 %.

Il est à noter que la tenue du G7 en Charlevoix au début de juin a apeuré les visiteurs. Le Musée a donc présenté une demande d'indemnisation au Secrétariat canadien du G7 et obtenu une compensation d'un peu plus de 1 000 \$.

### **Dimanches gratuits au Musée**

Au printemps, le budget du gouvernement 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.

Le ministère de la Culture et des Communications du Québec a compensé le manque à gagner pour cette gratuité via le PAFIM (programme d'aide et de financement aux institutions muséales).



## LA CANTINE

---

Le redéploiement du Musée portait à croire que le temps des visites allait s'allonger. Ainsi, fallait-il prévoir nourrir les visiteurs.

Dans la cuisine rudimentaire mais moderne du Pavillon Desgagnés, *La Cantine*, tel un projet pilote, est mise en opération. Un menu bon, accessible, facile à préparer et à servir, appuyé sur des produits locaux et artisanaux fut développé. Les deux préposées avaient peu de temps à offrir au Musée et beaucoup d'expérience.

Essentiellement en opération du 15 juin au 15 septembre, cette première année a permis de tester les défis de recrutement du personnel, des horaires, du menu, de la clientèle. Les premières difficultés sont et seront le recrutement du personnel et l'étroitesse de la saison avec comme seule salle une terrasse.

Si la clientèle a semblé apprécier le menu, l'horaire n'était pas le sien. *La Cantine* doit être en opération essentiellement l'après-midi. De plus, sauf les journées où le Musée tient des activités comme les *Spectacles sur mer*, la requête pour des boissons alcoolisées est faible. Néanmoins, *La Cantine* a vendu du vin et de la bière artisanale pendant sept week-ends dont tous ceux où des animations comme les *Fêtes de la mer* ou *Bouteilles à la mer* avaient lieu. Enfin, les résidents ont mis du temps à découvrir ce coin de paradis.

Malgré les pertes d'opération encourues en 2018, il semble impératif de poursuivre l'expérience car trop de visiteurs ne prévoient pas à boire et à manger.

# COMMUNICATIONS

Les activités comme les outils de communication sont une rivière qui irrigue l'action du Musée en plus de le mettre en valeur. Le Musée est un adepte des communications intégrées par lesquelles il cherche à ce que ses activités de relations publiques s'intègrent et appuient celles de promotion ou de marketing. Comme l'a dit le poète : « toute est dans toute ».

## Nouvelle identité visuelle

À partir de son slogan *Toutes voiles dehors !* et pour bien représenter toutes les composantes du Musée redéployé, le développement d'une nouvelle identité visuelle s'imposait. Une image simple et actuelle qui pourrait se décliner sur les différents outils de communication. Le logo, modifié en 2018 par la firme Triade, a été conservé et c'est Axe création des Éboulements qui a décroché le mandat de l'image.

Une série de pictogrammes simples avec leur propre code de couleur ont servi à identifier les diverses activités offertes sur le vaste site du Musée., c'est-à-dire la randonnée pédestre, la *Cantine*, la boutique, les expositions, la billetterie, les goélettes, etc.

Le style épuré a été privilégié pour faciliter la compréhension des différents outils de communication. C'est ainsi qu'elle s'est déclinée sur le site Internet, l'enseigne au chemin (sur fond blanc pour qu'elle soit bien visible aux automobilistes), la pochette corporative à multiples usages, la carte géographique remise à tous les visiteurs pour les aider à s'orienter sur le site et la signalisation sur les bâtiments, dans les sentiers, etc.

Afin de bien s'identifier lors des conférences de presse, d'activités sur le site, de sorties de représentation ou d'événements, le Musée a produit un « beach flag » dont le visuel reprend le logo ainsi qu'un jeu graphique créé à partir du slogan. Celui-ci peut aussi bien être utilisé à l'intérieur qu'à l'extérieur et sur tous les types de sols. Le concept visuel du « beach flag » a aussi inspiré la carte d'accès illimité au Musée remise aux grands donateurs.



## Dépliant

La nouvelle identité visuelle et le redéploiement du Musée appelaient aussi la refonte du dépliant. Bilingue, de format 4'' X 9'' imprimé en couleur recto-verso sur carton, il a été produit en 3000 exemplaires. Le concept se résumait à peu de texte et beaucoup de photos pour donner le goût aux visiteurs potentiels d'y être.

Lors de la distribution des dépliant du Circuit des 7<sup>1</sup> lieux dans les établissements d'hébergement et campings de la région, le Musée a confié quelques centaines de ses dépliant au contractuel embauché en ciblant certaines entreprises. Toutefois, l'équipe a préféré distribuer elle-même ses dépliant aux établissements les plus importants. On a vu là une occasion de présenter les nouveautés, créer des liens d'affaires et offrir des entrées gratuites au Musée.

## Séance de photos

Une fois les aménagements et le terrassement terminés, l'été passé et les plantations plus fournies, le Musée a embauché le photographe professionnel René Bouchard pour mettre à jour sa banque d'images. Celles-ci serviront éventuellement pour le site Internet, la page Facebook, Instagram et les diverses publicités à produire en 2019.

## Tableau des donateurs

Le Musée a décidé d'exploiter le mur de vitre séparant le bureau des guides et le début de l'exposition des *Bateaux et des hommes* pour remercier ses précieux collaborateurs car il est un passage obligé pour tous les visiteurs. Chacune des six vitres le composant est recouverte d'une pellicule électrostatique repositionnable. Ensemble, elles représentent un lever de soleil pour évoquer que les bienfaiteurs du Musée lui permettent de connaître de meilleurs jours.

Ce mur souligne l'apport des bénévoles, des gouverneurs comme des commanditaires des grands événements-bénéfice que sont le *Grand Bal Maritime* et *Cap sur le fleuve*.



## Bulletins

En 2018, le secrétariat a publié 22 *Infolettres*. Ce feuillet exclusif aux membres du conseil et aux employés publie des brèves afin que tous puissent mieux suivre le quotidien du Musée.

Au cours de la dernière année, l'équipe du secrétariat, après avoir revu sa mise en page, a publié mensuellement le *Bulletin de liaison* destiné aux bénévoles, aux employés, aux collaborateurs, aux

---

<sup>1</sup> Regroupement des 7 institutions muséales et lieux d'interprétation de Charlevoix : Musée de Charlevoix, Papeterie Saint-Gilles, Moulins de l'Isle-aux-Coudres, Maison mère, Forge Cauchon, Musée d'art contemporain et Musée maritime de Charlevoix.

commanditaires et aux donateurs, aux fonctionnaires et aux équipes ministérielles, aux élus régionaux et nationaux, etc. Au total, l'équipe a produit 11 éditions régulières et 4 éditions spéciales. L'une au lendemain du *Gala Charlevoix Reconnaît* du 17 janvier, où il avait remporté une mention spéciale, l'autre lors de l'inauguration officielle du *Parc des navigateurs* du 28 juin, à l'occasion des *Fêtes de la mer* du 15 juillet et après l'événement *Cap sur le fleuve* du 12 septembre.

## Cartes de Noël

À l'approche des Fêtes, le secrétariat du Musée a procédé à l'envoi massif de cartes de vœux virtuelles. Le Musée a procédé à l'envoi de plus de 125 courriels.

## Relations de presse

Afin de maximiser l'impact du redéploiement du Musée dans les médias, le Musée a entrepris une campagne de relations de presse visant à faire la promotion de ses nouveautés. Le Musée a débuté en janvier avec l'envoi courriel d'un dossier de presse à différents magazines spécialisés en culture, en tourisme et en plein air.

En mai et juin, la presse nationale et régionale a reçu une série de trois communiqués de presse traitant du Musée : sa réouverture et ses nouveaux services, le plein air sur son site et ses nouvelles expositions. Les résultats ont été satisfaisants. Mentionnons que le magazine *Bel Âge* a publié une brève dans ses numéros du 15 mars et du 12 avril, que le journal touristique *Destination Charlevoix* a dédié une page au Musée et que le *Journal de Québec* a produit un cahier sur les plus belles pistes d'hébertisme dont celle du Musée. De plus, deux journalistes blogueuses ont été reçues au Musée. Joël Le Bigot et Marie Grégoire *d'Ici première* ont sollicité des entrevues. Sans oublier la presse régionale, qui a très bien couvert le redéploiement du Musée.

Le Musée, par l'entremise de Tourisme Charlevoix, a aussi reçu la visite d'un groupe de journalistes américains et un autre issu d'Angleterre.

## Représentation et salons

- À la fin mars, le Musée a participé à une activité de « speed meeting » regroupant des représentants des différentes écoles et services de garde de la région en quête de sorties scolaires éducatives. Le Musée en a profité pour remettre un document présentant les nouveautés du Musée ainsi que les ateliers scolaires.
- La vitrine positionnée à proximité de l'accueil de l'hôtel Fairmont le Manoir Richelieu a été revue. En plus de contenir des artefacts, un visuel du Musée avec slogan et texte promotionnel y a été placé pour susciter l'intérêt des clients de l'hôtel.
- En septembre, le Musée a accepté de participer à titre d'invité au marché public du Train de Charlevoix tenu à l'Hôtel et spa le Germain Charlevoix. Le Musée y tenait un stand d'exposition pour y présenter ses nouveautés et un atelier de nœuds marins.
- Du 21 au 23 octobre, le Musée était à Rivière-du-Loup pour l'événement annuel *Bienvenue Québec*. L'objectif : vendre le Musée comme destination de choix dans Charlevoix auprès des agences de voyage, réceptifs et tours opérateurs du Québec, des États-Unis et d'ailleurs. Plusieurs ont manifesté un grand intérêt pour l'offre du Musée.

- Le Musée est devenu membre de l'Association québécoise des interprètes du patrimoine (AQIP), a participé à son congrès annuel le 2 novembre à Chicoutimi et a déposé sa candidature pour le prix du mérite en interprétation du patrimoine, volet communautaire.

## Gala Charlevoix reconnaît

Le 21 novembre, le secrétariat du Musée a déposé la candidature de l'institution au gala *Charlevoix reconnaît* dans la catégorie *L'Attractif*. En plus du formulaire, le dossier numérisé comprenait des photos, la carte géographique du site, le dépliant, la brochure de l'inauguration officielle, le feuillet promotionnel développé pour *Bienvenue Québec* et une lettre d'appui signée de Natacha Savard, adjointe à la direction générale, communication et vie associative, chez Desjardins Caisse du fleuve et des montagnes.

Le 28 février 2019, lors d'une réception au Fairmont le Manoir Richelieu, le Musée a reçu des mains de la députée provinciale Émilie Foster le prix *L'Attractif*, alors qu'il rivalisait avec 10 autres entreprises de la région.

Ce prix souligne que le lauréat « sait charmer les visiteurs en proposant une activité ou un site attirant de nouvelles clientèles. Il génère des retombées pour les entreprises des secteurs connexes et favorise les partenariats. »



## PARTENARIATS ET MEMBERSHIPS

---

### Circuit des 7 lieux

Grâce à une subvention d'une quinzaine de milles de dollars accordée par le ministère de la Culture et des Communications, les membres du Circuit des 7 lieux, formé des institutions muséales et des lieux d'interprétation de la région (Musée de Charlevoix, Papeterie Saint-Gilles, Moulins de l'Isle-aux-Coudres, Maison mère, Forge Cauchon, Musée d'art contemporain et Musée maritime de Charlevoix), ont lancé un appel d'offres auprès d'agences de communication ayant pour mandat de créer un sentiment d'appartenance des Charlevoisiens pour leurs institutions muséales. Les services de Mambo Mambo ont été retenus. La firme de Québec a travaillé tout l'automne 2017 à créer la nouvelle image du Circuit.

Le plan de communication proposé au printemps 2018 par Mambo Mambo n'a pas fait l'unanimité et plusieurs actions ont été abandonnées ou remplacées.

À partir de la nouvelle image corporative, des affiches, des dépliants, un microsite Internet et un bandeau promotionnel pour les médias locaux (deux parutions dans le *Charlevoisien*) ont été réalisés. Une ressource externe a été embauchée pour assurer la distribution des dépliants à travers la région.

La lenteur négligente de Mambo Mambo et le changement de direction générale au Musée de Charlevoix, porteur du dossier auprès du ministère, ont repoussé à 2019 le déploiement de plusieurs outils.

### Nouveaux partenaires

Le Musée maintient son partenariat avec l'auberge Beauséjour et la Papeterie Saint-Gilles pour prolonger l'expérience des visiteurs en leur proposant divers forfaits de groupes. Il a aussi développé de nouveaux partenariats avec le milieu :

- Il fait partie du réseau **M ta région**, une plateforme Web touristique offrant des rabais à ses membres pour différents attraits d'une région.
- Il a signé un partenariat avec **Sommets Charlevoix** en offrant un rabais à tous les visiteurs référés en échange d'une publicité dans le guide de l'hôtelier remis aux clients. Sommets Charlevoix était en quête d'activités originales pour sa clientèle familiale.
- Il a conclu une entente avec la **Guêpe** et le **Camp le Manoir** pour recevoir leurs groupes de jeunes en activité au Musée et diversifier leur offre.
- Il a accueilli deux activités spéciales organisées par **La Base** qui offre des séjours corporatifs, activités de cohésion d'équipe et camps thématiques pour sa clientèle.
- Depuis mars 2018, il siège au CA du Comité touristique Les Éboulements / Saint-Joseph-de-la-Rive.

### **Comité touristique Les Éboulements/Saint-Joseph-de-la-Rive**

L'année 2018 du Comité touristique aura été celle du changement. Voué d'abord à l'animation du village, il a redéfini ses rôles et ses mandats. Il a choisi d'unifier son action avec celle du secteur de Saint-Irénée qui présente de nombreuses similitudes. Plusieurs réunions et une activité de réflexion animée par une agente de développement de la MRC de Charlevoix ont permis de jeter les bases de la nouvelle identité du Comité vivant désormais sous l'appellation Comité touristique Les Éboulements/Saint-Irénée. À noter que le Musée siège au conseil d'administration.

Le Musée est aussi membre des associations et groupes suivants :

- Tourisme Charlevoix
- AQIP (Association québécoise des interprètes du patrimoine)
- Association canadienne des musées
- Société des musées du Québec
- Circuit des 7 lieux
- Chambre de commerce de Charlevoix
- CIHO-FM Charlevoix
- TVCO

## **PUBLICITÉ**

---

Le Musée a aussi misé sur des placements publicitaires variés :

- Présentoir et publicité sur le traversier de Rivière-du-Loup/Saint-Siméon
- Bandeau dans le magazine *FUGUES*
- Panneau rétroéclairé au Bureau d'information touristique de Baie-Saint-Paul
- Dépliants dans tous les bureaux de Tourisme Charlevoix
- Publicité dans la *Gazette* du Train de Charlevoix
- Placement publicitaire dans la presse régionale (*Charlevoisien*, TVCO, FM Charlevoix)

## **INTERNET ET MÉDIAS SOCIAUX**

---

Comme l'équipe du Musée souhaitait être autonome dans les mises à jour de son site Internet, un appel d'offres a été lancé à l'automne 2017 pour sa refonte. C'est la firme Axe création, des Éboulements qui l'a remporté.

En mai, le nouveau site bilingue a été lancé et présentait, entre autres, les grandes nouveautés de l'été comme le Parc des navigateurs, les quatre expositions temporaires et le calendrier des événements, activités et spectacles offerts sur le site. Une billetterie virtuelle a été ajoutée afin que les visiteurs puissent se procurer leur billet directement en ligne.

Au chapitre des médias sociaux, le Musée a animé sa page Facebook par des concours, des publications « boostées », des vidéos et des photos. Le nombre d'abonnés s'est accru de plus de 60 % pour passer à quelque 800 personnes.

La page Instagram du Musée a été créée et prise en charge par les guides-interprètes. On l'a publicisée sur le terrain, les miroirs des salles de bain du Musée et le site Internet.

## ANIMATIONS

---

### Guides-interprètes

Deux étudiantes universitaires du village ont été embauchées à titre de guides-interprètes grâce à une subvention du programme Jeunesse Canada au Travail. Pour le Musée, une telle subvention est une nécessité pour s'acquitter de sa mission. Surtout, l'expérience au Musée est grandement bonifiée par l'apport des guides-interprètes comme en témoignent les résultats du sondage proposé aux visiteurs du site.

### Accueil de groupes (adultes, étudiants et camps de jour)

1198 visiteurs en formule « groupe » ont franchi les portes du Musée en 2018, une augmentation de 148 personnes (14 %) par rapport à l'année précédente. En effet, l'établissement a accueilli 16 groupes scolaires ou camps de jour, 6 groupes adultes francophones et 6 groupes adultes anglophones. Soulignons le passage des 110 motocyclistes du Club spyder des Laurentides, des non-voyants du groupe l'ŒIL et du camp de jour de Clermont qui est revenu pour une seconde année consécutive.

### Promenade au village

Après avoir reçu une subvention de la MRC pour développer un projet de promenade commentée dans le village de Saint-Joseph-de-la-Rive à l'automne 2017 et embauché une consultante pour effectuer la recherche en amont, le Musée a réalisé la rédaction, la prise de photos, la mise en marché et la formation des guides au printemps 2018.



La *Promenade au village* a aussi été adaptée pour l'application cellulaire *Parcourir Charlevoix* développée pour la MRC de Charlevoix. Tout l'été, les visiteurs pouvaient faire le parcours de façon autonome via l'application ou en formule guidée, les samedis, avec une guide-interprète du Musée. Le coût fixé à 15 \$ comprenait aussi l'entrée au Musée.



La *Promenade* était annoncée sur les miroirs des salles de bain du Musée, sur son site Internet et sa page Facebook.

## PARC DES NAVIGATEURS

---

Malgré son inauguration le 28 juin, l'épopée du *Parc des navigateurs* s'est terminée à l'automne 2018 avec l'audit du projet et le dépôt auprès des bailleurs de fonds publics de rapports incluant tous les états financiers.

Rappelons que ce projet de 3M\$ a été financé au tiers par le fonds de développement du Musée. Les organismes publics qui contribuaient au *Parc des navigateurs* ont émis sans difficulté leur dernier versement. La contribution municipale de cinq ans sera versée de 2018 à 2023. Elle prévoit notamment la gratuité d'accès au Musée pour tous les résidents des Éboulements.

Rappelons aussi que ce Parc est formé de sculptures, d'une terrasse invitant à la contemplation, d'une *Forêt de mâts* qui évoque une à une les goélettes bâties en Charlevoix, d'une *Forêt de rames* toute en poésie, d'un sentier qui conduit à la piste d'hébertisme, au labyrinthe végétal, à l'arboretum, aux trois nouveaux bâtiments dont le si bien nommé Pavillon Desgagnés qui accueille l'expo *Jeu de cartes*, *La Cantine*, le secrétariat du Musée et des espaces réservés à l'Université Laval à l'étage. Un second pavillon, celui des Pilotes, donne à voir une exposition intitulée *Piloter le grand fleuve* et ouvre sur le spectacle de l'estuaire. Enfin, le pavillon d'accueil est cet espace qui fait le lien de l'entrée du Musée totalement redessinée et la rue. Qu'il arrive à pied, à vélo, en auto ou en train, le visiteur est accueilli par l'œuvre monumentale, *Rencontre*, de l'artiste en arts visuels Karole Biron en plus d'être invariablement saisi par la beauté du lieu. L'aménagement paysager surprend bellement les visiteurs qui de la rivière d'archoise aux rosiers *Ladies Navy* s'étonnent.

Le Musée maritime de Charlevoix étant situé dans un vaste parc, une attention singulière a induit une signalisation précise et une interprétation muséale. D'ailleurs, le Musée a produit une carte de tout le site. Site qui est sous la surveillance vigilante d'un système de caméras reliées en permanence au secrétariat. Site où ont été accrochées des tirelires appelant les visiteurs à donner un coup de pouce à la protection pérenne des goélettes. Site où au départ du sentier de randonnée a été installé un compteur qui permet de documenter le fait qu'il est le lieu ou l'activité chéri des visiteurs comme des voisins. Site qu'un éclairage discret illumine la nuit.

Tout le long de sa réalisation, le *Parc des navigateurs* a bénéficié des avis et du travail terrain des membres du comité du Parc placé sous la présidence de Ghyslaine Gagnon.

Tout au long du développement du *Parc des navigateurs*, un comité bénévole, compétent et vaillant a conseillé, épaulé, développé des idées, mobilisé d'autres bénévoles, investi de toutes les manières le Parc. Le Musée doit beaucoup à :

- Ghyslaine Gagnon, agronome, maintenant retraitée du poste de chef de la division "Animation" au Jardin botanique de Montréal, présidente de comité
- Yvan Desgagnés, capitaine et ancien président et membre du conseil d'administration du Musée
- Catherine Desgagnés Belzil, directrice principale de la stratégie, des partenariats et de la gouvernance à Revenu Québec
- Hugues Sansregret, ingénieur forestier et directeur de la Forêt Montmorency (Université Laval)

- René Pronovost, directeur du Jardin botanique de Montréal
- Jean-Marc Belley, résident et pilote retraité
- Pierre Tremblay, agronome et maire des Éboulements
- Martin Desgagnés, architecte paysagiste
- Jean Lamontagne, retraité de l'enseignement de l'École Fierbourg.



## L'INAUGURATION DU PARC DES NAVIGATEURS

Date butoir, moment de convergence, retrouvailles, temps de remerciements, instant festif, bref la célébration d'un rêve achevé. Et, il a fait beau !

Quelque cent quatre-vingts personnes sont venues consacrer le redéploiement du Musée. Une livraison spéciale du *Bulletin de liaison* a permis la publication intégrale du discours du président et de quelques photos prises le même jour. Elles donnent le ton et l'étoffe de cette inauguration.

Notamment, le secrétariat a édité un programme officiel qui a permis à tous les bailleurs de fonds de ce projet de prendre la parole, de rendre hommage au capitaine Yvan Desgagnés et à madame Danielle Bouchard, et de souligner que le premier payeur de ce redéploiement est bel et bien le Musée lui-même.



En effet, l'institution a assumé le tiers de ce projet de 3M\$ pour lequel elle n'a pris ou reçu aucun frais d'administration, ni compté l'investissement de ses employés et le dévouement de ses bénévoles.

Ce 28 juin 2018 fut aussi le moment choisi pour produire une quinzaine de vidéos qui ont animé et animeront la page Facebook du Musée. En plus de souligner les legs de la famille Desgagnés en désignant de ce patronyme le bâtiment le plus important du Parc, le Musée a honoré le travail et le dévouement du capitaine Yvan Desgagnés par une plaque installée à l'entrée du Musée et celui de Danielle Bouchard en lui dédiant la passerelle de son sentier dans la *Forêt marine*.

### Portes ouvertes DESJARDINS

Pour inaugurer dignement l'ouverture officielle de son *Parc des navigateurs*, le Musée a tenu des portes ouvertes les 29, 30 juin et 1<sup>er</sup> juillet. Tout le week-end, Desjardins, le présentateur de l'événement, permettait à ses membres d'accéder au Musée gratuitement. Pour l'occasion et en complément de la visite du site et de ses expositions, le Musée proposait à ses jeunes visiteurs et leurs parents trois ateliers d'ombres chinoises le dimanche 1<sup>er</sup> juillet. Intitulés « Têtes de capitaines », ils étaient animés par Louis Bergeron des *Marionnettes du bout du monde*.

## LES GOÉLETTES

---

Chacune des goélettes de bois propriété du Musée fait l'objet d'un rapport précis sur son état de santé. Deux de ces rapports résultent du travail du Centre de conservation du Québec. Or, il est urgent de protéger de façon pérenne les goélettes.

En 2018, le Musée a déposé auprès des autorités provinciales, fédérales et régionales un premier pré-projet pour une mise à l'abri pérenne des goélettes comme le recommandait les rapports.

Les réactions, notamment en région, ont poussé le Musée et le cabinet d'architectes Rayside/Labossière à amender son pré-projet. À la fin de l'année, Manon Lavoie, présidente du comité de protection des goélettes, a défendu auprès des représentants du ministère de la Culture et des Communications un projet de protection pérenne des goélettes et du chantier sans qu'ils soient mis sous cloche.

Ce dernier pré-projet prend en compte que la baie où est sise le vieux chantier est un paysage patrimonial à protéger car, à lui seul il explique pourquoi Saint-Joseph-de-la-Rive a accueilli un premier chantier permanent.

De toutes les manières, le Musée réitère que la protection pérenne de ses goélettes, de son chantier comme du paysage est sa première priorité pour la prochaine décennie. Ce patrimoine est à Charlevoix ce que des lieux emblématiques comme le Vieux-Montréal ou le Vieux-Québec sont à d'autres villes. Les autorités doivent réagir rapidement car le temps est compté. Les goélettes sont des vieilles dames très fatiguées.



## LE CHANTIER

---

Comme depuis quelques années, le vieux chantier toujours en opération du Musée est loué pour l'hivernage de bateaux au Groupe Océan. Néanmoins, le matériel datant de 1946, des travaux d'une dizaine de milliers de dollars à coût partagé avec le locateur ont dû être menés pour assurer la montée et la descente de quelques bateaux.

Notons que dans la foulée de ces travaux, le Groupe Océan a renouvelé son bail pour deux ans.

À chaque fois où le vieux treuil est remis en action, les gens présents sur le terrain ont des frissons. L'équipe du Musée espère que le moment des prochaines grandes marées de printemps ou d'automne permette d'inviter les voisins.

## PERSPECTIVES

---

Certes 2019 sera une année d'intégration. En effet, il est temps de cesser de parler du parc ou du musée, du vieux ou du neuf, pour bien ancrer les espaces muséaux au cœur d'un beau et grand parc. D'ailleurs, il est une nouvelle responsabilité pour l'équipe : veiller sur la beauté et la qualité des installations, nouvelles comme anciennes.

À cet effet, une obligation légale et morale a préséance sur toutes les autres : la protection pérenne des goélettes. Elles sont le cœur et le sens du Musée en plus d'être du riche patrimoine de Charlevoix et de donner une couleur unique à l'histoire navale québécoise. L'urgence d'agir appelle une mobilisation du Musée et des autorités publiques. Et 2019 est une année butoir.

D'ores et déjà, tous les projets du Musée doivent simultanément permettre de développer tous les espaces en veillant jalousement sur la mission singulière de l'institution avec comme objectif absolu d'offrir, *toutes voiles dehors*, un lieu entre nature et culture capable de séduire plus de publics et d'attirer plus de visiteurs.

Pour le Musée comme pour la communauté, la croissance continue est un impératif.



Cartouche
Direction : Marie Anne Rainville
Rédaction : Claude Lafleur, Marie Anne Rainville, Marie-Hélène Thivierge
Mise en page : Marie-Pier Gagnon Édition : avril 2019