

Société internationale du réseau ÉCONOMUSÉE

Marie-José Ouellet

Volume 4, 2006

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/201802ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/201802ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Société québécoise d'ethnologie

ISSN

1703-7433 (print)

1916-7350 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Ouellet, M.-J. (2006). Société internationale du réseau ÉCONOMUSÉE. *Rabaska*, 4, 229–230. <https://doi.org/10.7202/201802ar>

Société internationale du réseau***ÉCONOMUSÉE***

203, Grande-Allée est,
Québec (Québec) G1R 2H8

Téléphone : (418) 694-4466
Télécopieur : (418) 694-4410
Courriel : info@economusees.com
Toile : www.economusees.com

Le consommateur d'aujourd'hui, il est vrai, se fait de plus en plus connaisseur et sélectif face à la panoplie de produits et services que le marché lui propose. La qualité fonctionnelle d'un produit, qu'il soit de consommation, d'information, touristique ou culturel, ne suffit plus pour mériter la préférence de l'acheteur. Les consommateurs adoptent un comportement socialement responsable ; ils valorisent les produits « éthiques », fabriqués selon des valeurs qui assurent le respect de l'environnement, des droits de l'homme, du développement durable ou de l'équité sociale. Avant-garde ou clairvoyance de son fondateur ? Le concept de l'économuséologie renfermait déjà, lorsqu'il fut créé et mis en œuvre en 1992 par Cyril Simard, les valeurs d'éthique recherchées par les consommateurs d'aujourd'hui.

C'est pour cette raison qu'en mars 2006, Cyril Simard, président-directeur général de la Société internationale du réseau Économusée (SIRÉ), présentait aux quelque cinquante artisans réunis en Mauricie au colloque annuel de la Société, la Charte des valeurs des membres du réseau. « Notre Charte des valeurs, disait Cyril Simard, est notre constitution à tous ... la symphonie du meilleur de nous-mêmes ».

La Charte des valeurs venait rappeler à tous les artisans présents au colloque les règles et les fondements qui depuis toujours font la force et la différence des Économusées. Elle rappelait à tous que la SIRÉ est plus qu'un regroupement d'artisans œuvrant pour la commercialisation de produits de métiers d'art sur le marché. Elle soulignait que le réseau Économusée est avant tout une institution qui crée et met en valeur, sur le terrain, des institutions-membres, toutes animées d'une même mission : préserver et transmettre à la société un patrimoine immatériel inhérent aux métiers traditionnels et savoir-faire de chez nous. Elle rappelait enfin que c'est grâce au respect et à l'application de ses valeurs fondamentales que le réseau

renouvelle constamment sa capacité de créer et de vendre des produits d'art authentiques et identitaires qui assurent l'autofinancement de ses entreprises et qui assurent, somme toute, la transmission d'un « patrimoine qui gagne sa vie ».

Cohérence et performance du réseau

La Charte des valeurs des membres du réseau Économusée regroupe donc les principes fondamentaux qui régissent l'attitude, le comportement et la façon de faire de tous ses membres, administrateurs ou employés. Elle façonne notre culture organisationnelle, nous sert d'orientations et de guide dans les décisions que nous devons prendre tous les jours, en tant qu'artisans, créateurs, entrepreneurs et gestionnaires. En réunissant tous et chacun autour d'une philosophie et de pratiques communes, la Charte des valeurs devient l'expression vivante de l'économuséologie ; elle renforce la cohérence et la performance du réseau. La charte s'avère également un vecteur important de communication au sein du réseau car la formulation simple de ses dix principes aide le maître-artisan à transmettre aisément à son équipe de travail – ceux qui chaque jour, dans l'atelier-boutique, font « vivre » le réseau auprès des clientèles et visiteurs – l'élément de différenciation qui rendra unique et mémorable, aux yeux du client, la visite de l'Économusée.

Un produit ambassadeur d'un patrimoine immatériel

C'est donc par les principes de sa Charte des valeurs qu'au fil des ans le réseau Économusée puise et renouvelle la cohésion et la différence, à la fois de son institution et de chacun de ses membres. C'est ainsi que *L'Orpailleur* met en bouteille pour nous « l'histoire de la vigne et du vin au Québec » ; c'est ainsi que le *Domaine Acer* nous fait découvrir l'acériculture : « de l'érable à l'acéritif » ; c'est ainsi que la *Papeterie Saint-Gilles* transporte outre frontières, dans son papier fait main, des pétales de fleurs et les traditions de Charlevoix. C'est ainsi qu'après quinze ans d'une croissance soutenue, qui porte actuellement le réseau à 44 Économusées au Québec et au Canada atlantique, à un chiffre d'affaire de 22,5 millions de dollars et à plus de 550 000 visiteurs, les artisans du réseau continuent à offrir aux consommateurs et à la société un produit ambassadeur de valeurs fortes, garant de la sauvegarde de notre patrimoine immatériel et de notre diversité culturelle.

MARIE-JOSÉ OUELLET