

## Dans les coulisses des expositions

Francine Bordeleau

---

Number 75, Winter 1998

Le patrimoine à l'oeuvre

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/17044ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (print)

1923-2543 (digital)

[Explore this journal](#)

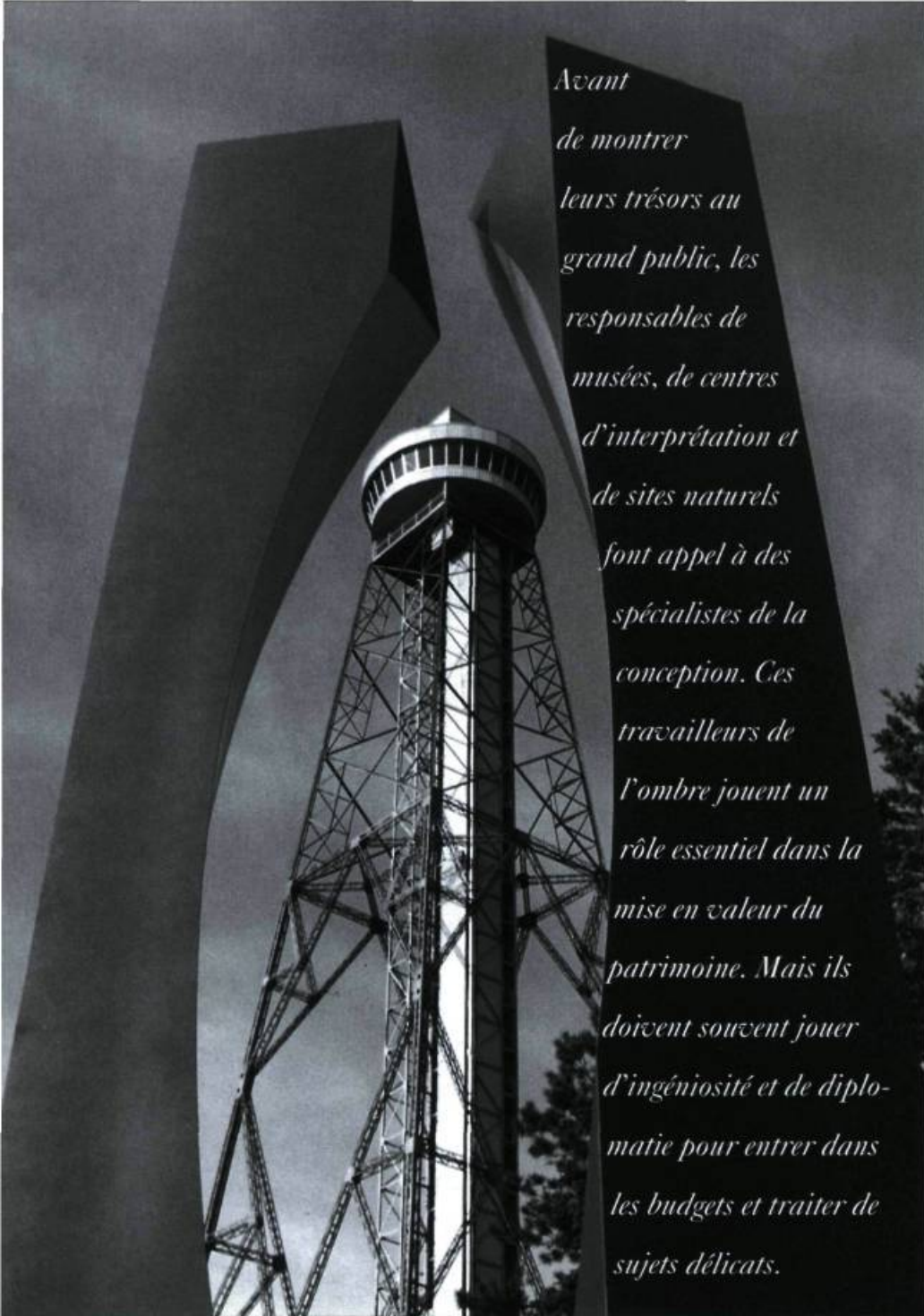
---

Cite this article

Bordeleau, F. (1998). Dans les coulisses des expositions. *Continuité*, (75), 18–20.

# Dans les coulisses des **EXPOSITIONS**

par Francine Bordeleau



*Avant de montrer leurs trésors au grand public, les responsables de musées, de centres d'interprétation et de sites naturels font appel à des spécialistes de la conception. Ces travailleurs de l'ombre jouent un rôle essentiel dans la mise en valeur du patrimoine. Mais ils doivent souvent jouer d'ingéniosité et de diplomatie pour entrer dans les budgets et traiter de sujets délicats.*

**A**près presque 20 ans de tergiversations, le Centre d'interprétation de l'industrie de Shawinigan, aussi appelé Cité de l'énergie, a finalement ouvert ses portes le 21 juin 1997. Désormais, la corporation chargée de gérer ce « parc historique » d'environ 1 km<sup>2</sup> – une superficie considérable – devra relever le défi d'attirer, bon an mal an, un peu plus de 100 000 visiteurs, condition *sine qua non* à la rentabilité du site.

Gros projet que cette Cité de l'énergie. Pour sa mise sur pied, elle aura bénéficié d'un budget enviable de 20 millions de dollars, financé par Hydro-Québec, les gouvernements fédéral et provincial, les Villes de Shawinigan et de Shawinigan-Sud, ainsi que les sociétés Alcan et Stone-Consolidated. Pareilles largesses sont loin d'être la norme en muséologie. Ainsi, Claude Bergeron, Hélène Gagnon et Gino Gariépy, les trois associés de la firme Bergeron Gagnon spécialisée en patrimoine et en ingénierie culturelle, ont l'habitude de réaliser des projets dont l'enveloppe disponible se situe en deçà de 100 000 \$, « mais ce sont là de très minces budgets », dira Claude Bergeron.

## L'HISTOIRE S'EXPOSE

Depuis deux décennies, musées et centres d'interprétation se sont multipliés au Québec. Durant les six premiers mois de 1997, la seule firme Bergeron Gagnon a conçu quatre de ces centres. Voilà sans doute un signe encourageant quant au degré de conscientisation des communautés à la valeur de leur patrimoine. Toutefois, ces institutions ne sont pas appréciées pour leur valeur intrinsèque, car, à l'heure des restrictions budgétaires, « les sites régionaux sont considérés comme des outils touristiques et de déve-

La Cité de l'énergie à Shawinigan.  
Photo: CII

veloppement économique», souligne Gino Gariépy.

C'est d'ailleurs l'atout économique qu'ont mis sur la table les promoteurs du Centre d'interprétation de l'industrie de Shawinigan. À l'instar du village fantôme de Val-Jalbert au lac Saint-Jean, le CII fut conçu pour devenir un attrait touristique majeur. « Pour la plupart des gens, le centre d'interprétation typique est un lieu qui présente une exposition permanente pour un prix minime. Nous essayons de nous démarquer de cette image. Le site est du reste conçu comme un parc thématique, ce qui nous permet d'atteindre un public extrêmement vaste », dit Benoît Gauthier, coordonnateur de la muséologie et de la muséographie à la Cité de l'énergie.

Par le biais d'une tour d'observation, de deux expositions (l'une permanente, l'autre temporaire) et d'une salle multimédia dédiée à « la voix des bâtisseurs et des témoins », les visiteurs sont conviés à découvrir le XX<sup>e</sup> siècle industriel et la technologie hydroélectrique qui ont façonné la ville de Shawinigan. Ils pourront se familiariser avec les machines, les turbines et les chaînes de montage issues, pour la plupart, de la collection d'Hydro-Québec.

La Cité de l'énergie s'inscrivant aussi dans une perspective historique, « il nous est apparu fondamental que les expositions gardent les traces de l'évolution des machines », précise M. Gauthier. Ainsi en est-il des régulateurs de vitesse de turbines, qui fonctionnaient mécaniquement au début du siècle et qui devinrent électriques durant les années 40. Les visiteurs seront amenés à constater ces modifications, à voir « vivre » la collection sous leurs yeux. Pour y arriver, il a fallu utiliser des ressources externes. « Nous avons constitué une équipe spécialisée dans la mise en valeur d'équipements à caractère scientifique et technologique, et nous avons retenu les services de différentes personnes dont un vulgarisateur scientifique, des ingénieurs, un architecte, un peintre patine », énumère M. Gauthier.

Inscrire les traces d'une histoire industrielle, c'est aussi le but du Centre d'interprétation de l'entrepreneuriat beauceron, conçu récemment par les spécialistes de chez Bergeron Gagnon pour le compte de la Société historique Sartigan de Saint-Georges-de-Beauce. « Une vrai gageure ! », se remémore Gino Gariépy. Pas facile, en effet de traiter et de synthétiser un sujet aussi vaste : deux siècles d'entrepreneuriat beauceron, rien de moins. « Un concept,



Vitrine du Centre d'interprétation de l'entrepreneuriat beauceron.

Photo : Bergeron Gagnon

dit M. Gariépy, qui englobait une foule de secteurs d'activités, avec leurs milliers de travailleurs, leurs dynasties et même leurs vedettes. »

#### ATTENTION, SUJETS PÉRILLEUX !

Le traitement des thèmes nécessite souvent une bonne dose de diplomatie de la part des concepteurs. Comment aborder, sans susciter d'âpres polémiques, la célèbre famille Dutil ou les grèves de la Belgo et de l'Alcan ? Comment dépeindre le rôle des ouvriers et la dureté des conditions de travail ? « En Beauce, rapporte Hélène Gagnon, il fallait consulter les entrepreneurs parce qu'ils étaient des partenaires financiers et que leurs familles étaient concernées. » Ceux-ci se sont toutefois rendus à l'argument qu'un contenu édulcoré ou par trop flagorneur n'eût pas été crédible.

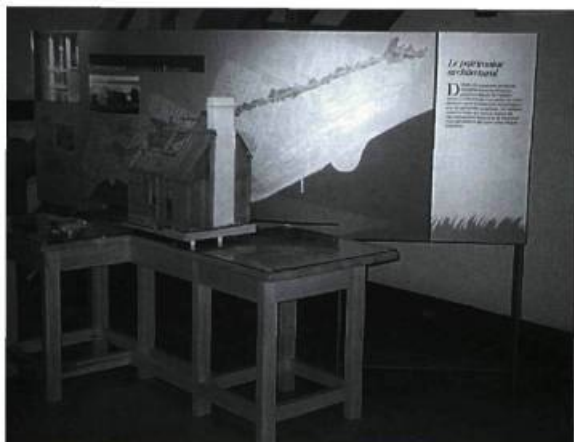
À la Cité de l'énergie, Benoît Gauthier a lui-même coordonné l'élaboration des contenus. « Pour illustrer les grèves des années 50 et 60, nous avons choisi d'afficher une photo de Michel Chartrand, qui fut à l'époque un activiste très présent sur les lignes de piquetage. Ça en a fait rager quelques-uns. Le déclin de Shawinigan et la contamination des sols constituent des sujets tout aussi litigieux. Mais nos partenaires n'ont jamais essayé de censurer les informations. »

Le comité scientifique du CII connut néanmoins des débats acrimonieux, par exemple lorsqu'il fut proposé d'intégrer à la structure un pylône de la ligne Lotbinière-Grondines (une partie du bâtiment passe maintenant sous le pylône surmonté d'un observatoire). Les concepteurs de Bergeron Gagnon, quant à eux, ont dû parfois se montrer habiles pour que les clients ne viennent censurer une information pertinente pour le public.

Mais il est difficile de trouver un contenu d'exposition plus périlleux que celui mis en valeur par l'équipe de Lise Drolet, historienne de l'art et directrice du Musée de Sainte-Anne-de-Beaupré jusqu'à l'été 1997. M<sup>me</sup> Drolet est arrivée au Musée en 1991, avec comme mandat de « concevoir un projet global qui rallierait la communauté religieuse et les professionnels ».

Les Rédemptoristes avaient réuni en collection, dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le « trésor de la basilique », composé notamment de nombreux *ex-voto*, d'objets du culte et de tableaux dont les plus anciens datent du XVII<sup>e</sup> siècle. Depuis les années 60, un musée montrait cette collection au public. Mais le développement de l'institution nécessitait d'évidence l'expertise d'historiens de l'art.

L'inventaire du patrimoine tel qu'effectué par les religieux de Sainte-Anne-de-Beaupré comprenait une cinquantaine d'œuvres. L'équipe de Lise Drolet a plutôt déniché plusieurs milliers d'œuvres et objets divers. Ceux-ci se classaient en trois types de patrimoine : le premier



**Maquette de la maison Bellanger-Girardin.**  
Photo: Bergeron Gagnon

appartenait à la paroisse, le second relevait du site de pèlerinage et le troisième, de la communauté religieuse. De cette collection soudainement enrichie sont nées deux expositions permanentes qu'on peut visiter depuis juin dernier. « Nous poursuivons des objectifs précis: faire prendre conscience au visiteur de l'importance de sainte Anne dans l'histoire du catholicisme québécois, sensibiliser les gens à la richesse de leur patrimoine religieux et abolir les préjugés », explique Lise Drolet. Quant aux fameux miracles attribués à sainte Anne – sujet épineux, qui divise les gens d'Église eux-mêmes – ils ne sont pas évoqués directement, « afin d'éviter les querelles idéologiques », précise M<sup>me</sup> Drolet. Les concepteurs ont opté plutôt pour un vidéo qui « témoigne du geste, de la dévotion des pèlerins ».

#### LA CULTURE EN RÉSEAU

Haut lieu du tourisme religieux, Sainte-Anne-de-Beaupré accueille annuellement

un million de pèlerins. C'est chez eux qu'on puisera une bonne part de la clientèle du Musée. L'équipe de Lise Drolet avait en outre élaboré des plans de développement, d'éducation et de marketing destinés autant à la population régionale qu'aux touristes. Les gestionnaires du Musée, dont le budget est de « moyenne envergure », ont décidé, pour l'heure, de n'y pas donner suite.

Selon les concepteurs de projets, trop peu d'institutions reconnaissent l'importance du travail qui doit s'effectuer *après* l'ouverture de l'institution muséale. « Un site n'est viable – et on ne parle pas encore de rentabilité! – que s'il attire son lot de visiteurs année après année. Et pour attirer une clientèle régulière, il faut miser sur des activités de relance comme la promotion auprès du grand public et des écoles, l'animation des lieux et l'intégration de plusieurs fonctions », dit Gino Gariépy. C'est justement dans cet esprit que la Ville de Beauport a commandé à la firme Bergeron Gagnon la mise en valeur de la maison Bellanger-Girardin. Cette maison ancienne conjugue les vocations de centre d'interprétation de la vie domestique du XVIII<sup>e</sup> siècle, de bureau d'accueil touristique et de répertoire des familles souches de Beauport.

À la Cité de l'énergie, on a lancé une promotion tous azimuts: campagne télévisuelle nationale d'un mois, publicité dans les médias écrits et à la radio, panneaux Mediacom disséminés dans les villes de Montréal et de Québec. « Nous fonctionnons en réseau avec les différents intervenants touristiques, dit Benoît Gauthier. Nous avons centré nos efforts sur le marché québécois, mais nous comptons aussi attirer une partie des 90 000 touristes fran-

çais qui passent chaque année sur l'autoroute 55, juste à côté de chez nous. »

Il faut accentuer le « réseautage », pensent également Lise Drolet et les associés de Bergeron Gagnon. Une seule institution attire plus difficilement les foules qu'un ensemble comportant plusieurs activités. Les « ressources externes », comme les gens de chez Bergeron Gagnon, le savent, mais bien des directeurs de musées et de centres d'interprétation restent à convaincre.

Le réseautage s'imposera probablement de lui-même aux institutions qui, faute de subventions récurrentes, ont maintenant « le souci d'assurer un financement autonome beaucoup plus grand », selon les termes de M. Gauthier. Bien que le CII puisse désormais s'appuyer sur une fondation nouvellement créée dans le but de soutenir l'action de l'organisme, le spécialiste estime que cette autonomie un peu obli-gée a des effets pervers. « Poussées à l'économie, les institutions doivent sacrifier leurs ressources humaines, autant internes qu'externes. À cet égard, on a d'ailleurs atteint le seuil critique. Il est extrêmement dommage d'en arriver là à un moment où les professionnels québécois ont acquis une expertise enviable en ce qui concerne les nouvelles techniques muséographiques ». En muséologie plus qu'ailleurs, on attend désespérément la relance...

■  
*Francine Bordeleau est journaliste indépendante.*



Jean Paul Lemieux, *Julie et l'univers*, 1965, huile sur toile, 104 x 112 cm.  
Coll.: Musée du Québec

## LE CENTRE D'EXPOSITION DE BAIE-SAINT-PAUL

Du 27 septembre 1997 au 31 mars 1998

Exposition Jean Paul Lemieux  
«Une île»

Les amis en Charlevoix

Le monde de madame Pepper  
Kathleen Daly  
George D. Pepper

23, rue Ambroise-Fafard, Baie-Saint-Paul (418) 435-3681  
Subventionné par le ministère de la Culture et des Communications du Québec