



The ÉCONOMUSÉE® Network : a development model

*Presentation to
Cree Outfitting and Tourisme Association
July 13, 2017 - Waskaganish*

Carl-Éric Guertin

Executive director, ÉCONOMUSÉE® Network Society (ENS)



Artisans à l'œuvre / Artisans at work

ÉCONOMUSÉE®

INTERNATIONAL

Presentation

1. Who we are

2. ÉCONOMUSÉE

**3. Example - Tamarack
ÉCONOMUSÉE**

4. Business support

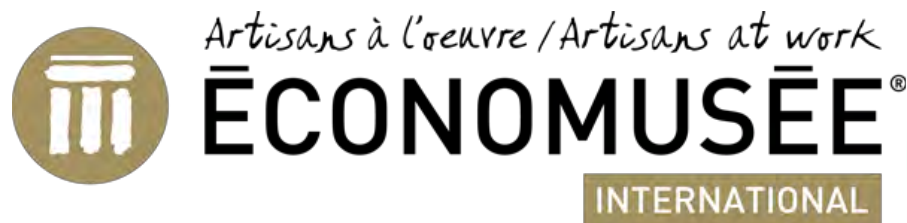
5. Benefits

6. Next steps



Pedneault cidres et vergers, ÉCONOMUSÉE* du cidrier

QUEBEC ABORIGINAL TOURISM CREE OUTFITTING AND TOURISM ASSOCIATION ÉCONOMUSÉE NETWORK SOCIETY COLLABORATION





Cyril Simard
Fondateur des ÉCONOMUSÉE®
Founder of ÉCONOMUSÉE®

1. Who we are ?

- First ÉCONOMUSÉE® 1987
- ÉCONOMUSÉE® *Network Society* 1992
 - *To allow artisans and craft enterprises to develop and promote – in situ – traditionally inspired crafts and knowledge in order to offer the public a high-quality cultural and tourism product.*



*We help enterprises to become
real tourist attractions*

A growing international network of 80 artisans



1. Canada

- 1987 – Québec (36)
- 1997 - Atlantic (5)
- 2012 – British Columbia (9)
- 2014 - Saskatchewan (3 to come)
- 2016 – Alberta

2. Greenland (1)

3. Faroe Islands (4)

4. Iceland (4)

5. Norway (13)

6. Sweden (3)

7. Northern Ireland (6)

8. Ireland (4)

9. Haïti (2 by April 2018)

100 artisans in 3 years

2. ÉCONOMUSÉE®



ÉCONOMUSÉE

- Artisans / entreprises in fine craft or agrifood
- Authentic « know-how » / inspired by tradition in crafting the products
- Place where one can discover the local culture and meet the artisans
- Implementation of the 6 economusee components
- Artisans / enterprises chosen for their tourism potential
- We focus on the artisans, their techniques and products



Above all,
there is a story
to be told

INSCRITE DANS LE CODE GÉNÉTIQUE

Le hurling est à l'Irlande ce que le hockey est au Canada! Ce sport aux origines très lointaines est très populaire dans ce pays. Cette passion est nettement perceptible dans la petite communauté de Loughguile où se trouve l'entreprise familiale Scullion spécialisée dans la fabrication de crosses de hurley.

IT'S IN THE GENES

Hurling is to Ireland what hockey is to Canada. This ancient sport remains popular throughout the island nation today. Enthusiasm for the sport is particularly noteworthy in the small community of Loughguile, where we find the Scullion family business with its specialty for making hurling sticks, the traditional hurley.

Micheal Scullion a pris
la relève de
l'entreprise que son
père avait fondée. /
*Micheal Scullion took
over the business his
father had founded.*



KITTAT ECONOMUSEE



Greenland Traditional Costume Maker

For the Cultural interested, Kittat Economusee offers a unique insight in the making and history of the Traditional Greenlandic Costume.



CONTACT INFORMATION



LE COSTUME TRADITIONNEL GROENLANDAIS – LE KALAALLISUUT

THE GREENLANDIC TRADITIONAL COSTUME – THE KALAALLISUUT

Le costume traditionnel groenlandais tire son origine des vêtements en peau de phoque alors portés au Groenland. Les couleurs, les tissus et l'inspiration de sa conception viennent peut-être des robes portées par les femmes danoises et de la décoration intérieure des maisons européennes du début du 20^e siècle. En 1982, un groupe d'artisanes s'unissent et créent l'atelier Kittat pour préserver le savoir-faire traditionnel et poursuivre la production du costume traditionnel. En novembre 2013, Kittat devient le premier ÉCONOMUSÉE[®] au Groenland et permet ainsi de faire découvrir aux touristes ce savoir-faire authentique.

The Greenlandic Traditional Costume originates from the old, everyday sealskin clothing worn in Greenland. The colors, fabrics, and design inspiration may have been taken from dresses worn by Danish women and from the interior decorations in early 20th century European homes. In 1982, a group of local women initiated the Kittat workshop to preserve the traditional know-how and to pursue the production of the Greenlandic Traditional Costume. In November 2013, Kittat became the first ÉCONOMUSÉE[®] of Greenland now permitting tourists to discover this authentic savoir-faire. ●



[illegible]

Seeqqernigut, kamiit annoraallu timmiat me-
sorneqartarput nuilarmiullu aallarinneqatar-
lutik. Saniaatigut sapangaagannik ujumi-
at, nujarmut, taskit, tajat, matuersaaserhit,
aaqqateeqqat kameeqqallu avittakkat tunni-
arneqartarput. Ammasarlup avataatigut m-
soriaatsit ammerenaatsillu pillogit atuarit-
sisoqartarpoq.

Ilusilersuineq kusanartulionerlu

Kalaallisuus atuatutqallu ammasut ilusit
ullutsinni anassanerit anassinequt
gutt isumassaneritigineqartarput. Anassineq
takussiallaluqut kioleloneqartarpoq nu-
larmiullu allaat nuersakkat upatutunilu
arsulneqartalehkit. Qanqaaninut taqut
angutit oqersaatigut anassinequt kengas an-
kusaasaahit atortalerimassut, ullarsakkut
ullutimut anassineqarsalluk.

Qanqaat sapangaalerimassut ullutimut qut-
at, taqututimut kuluu yereerimassut anassineq-
tunilu pinneqassani atorteqartarput. Anas-
sineqarsinequt, kappaqarsinequt, kinequt, qut-
utarsinequt kulluk nuersakkatutunilu anas-
sinequt atorteqartarput. Anassineq qutut
ullutimut taqut anassinequt qutut
kalaallisuus taqut anassinequt qutut
anassinequt, kalaallisuus anassinequt qutut
qututarsinequt, kinequtarsinequt, qutut
atorteqartarput. Anassinequt, qutut
taqut nuersakkat taqutut anassinequt
anassinequt kinequtarsinequt qutut
qututarsinequt taqutut anassinequt qutut
anassinequt qutut anassinequt qutut

[illegible][illegible][illegible]



ÉCONOMUSÉE – EXAMPLE : SMOKED HERRING MAGDALEN ISLANDS

- Traditional practice of smoked herring
- 3rd generation – Arsenault Family
- Last smokehouse still in activity
- Building classified in the Répertoire du patrimoine culturel du Québec
- A must see attraction



HOW TO BECOME AN ÉCONOMUSÉE ?

An enterprise must meet selection criteria and integrate fundamental components into its premises:

1. Reception area where visitors are welcomed and learn what an ÉCONOMUSÉE® is;
2. Workshop where visitors can see the artisans at work and exchange with them;
3. Interpretation space on traditional know-how;
4. Interpretation space on contemporary know-how;
5. Document centre;
6. Boutique.



ÉCONOMUSÉE – HOW TO BECOME AN ECONOMUSÉE

Traditional know-how



ÉCONOMUSÉE – HOW TO BECOME AN ECONOMUSÉE

Workshop



ÉCONOMUSÉE – HOW TO BECOME AN ECONOMUSÉE

Documentation center



Comtemporary know-how



ÉCONOMUSÉE – HOW TO BECOME AN ECONOMUSÉE

Boutique



3. EXAMPLE TAMARACK ÉCONOMUSÉE®



IMPORTANT !
HERE ARE SOME IDEAS
BUT IT IS YOURS

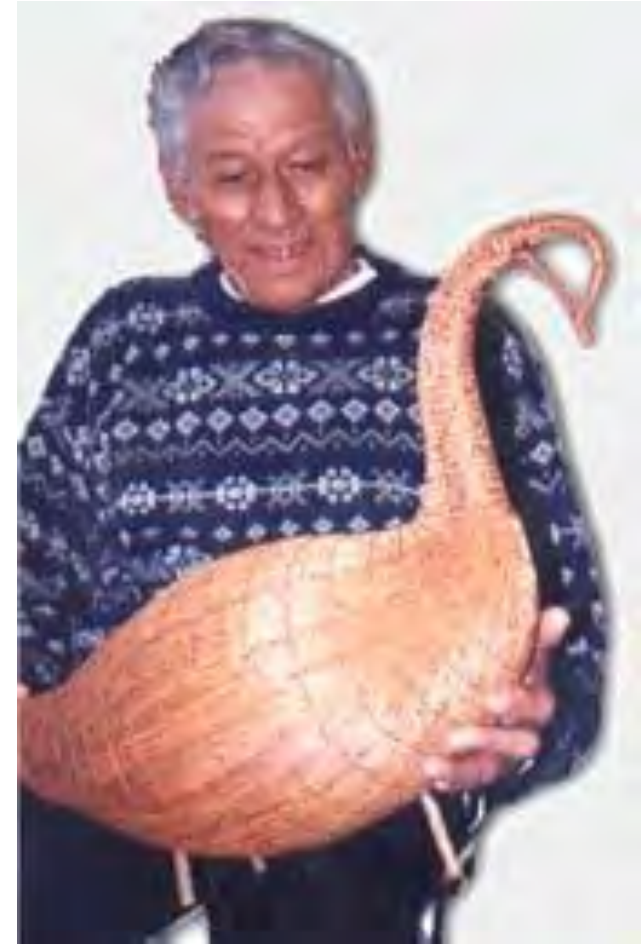


ÉCONOMUSÉE – RECEPTION AREA

- Overview of the community
- What's an ECONOMUSÉE – international network
- Who are the artisans : history, who they are

“Willow-twig decoys are an ancient tradition of the Eeyou.....The tamarack geese were first made in 1965 by John Blueboy, a wood sculptor from Waskaganish”

(<http://creeculturalinstitute.ca/product/tamarak-miniature-decoy/>)



Harry Whiskeychan, born in the bush 40 miles from Waskaganish on December 25, 1928. He was inspired by late John Blueboy in the art of tamarack making.

ÉCONOMUSÉE – TRADITIONAL KNOW-HOW

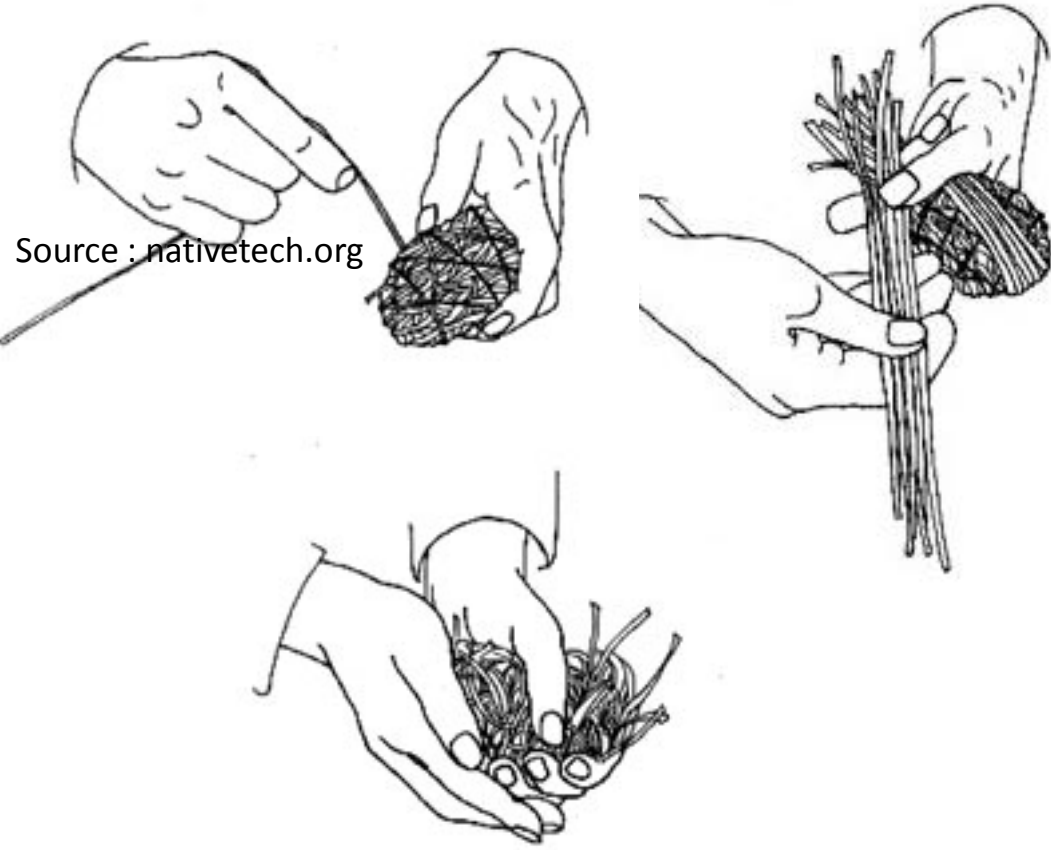
- How decoys were made in the past – evolution to current art forms
- Raw material, harvesting techniques, sustainability
- Importance of goose hunting :
 - From past to present
 - Spring vs fall hunt – goose break
 - Diet, how to cook it, role of women, any other uses
- Willow and tamarack :
 - Any special significance
 - Seasonal cycle
 - Other uses : medecine, other part of the trees, etc.

“Willow-twigg decoys are an ancient tradition of the Eeyou. It was only for the spring hunt. During fall hunt, the Cree had decoys made of mud and wood.”

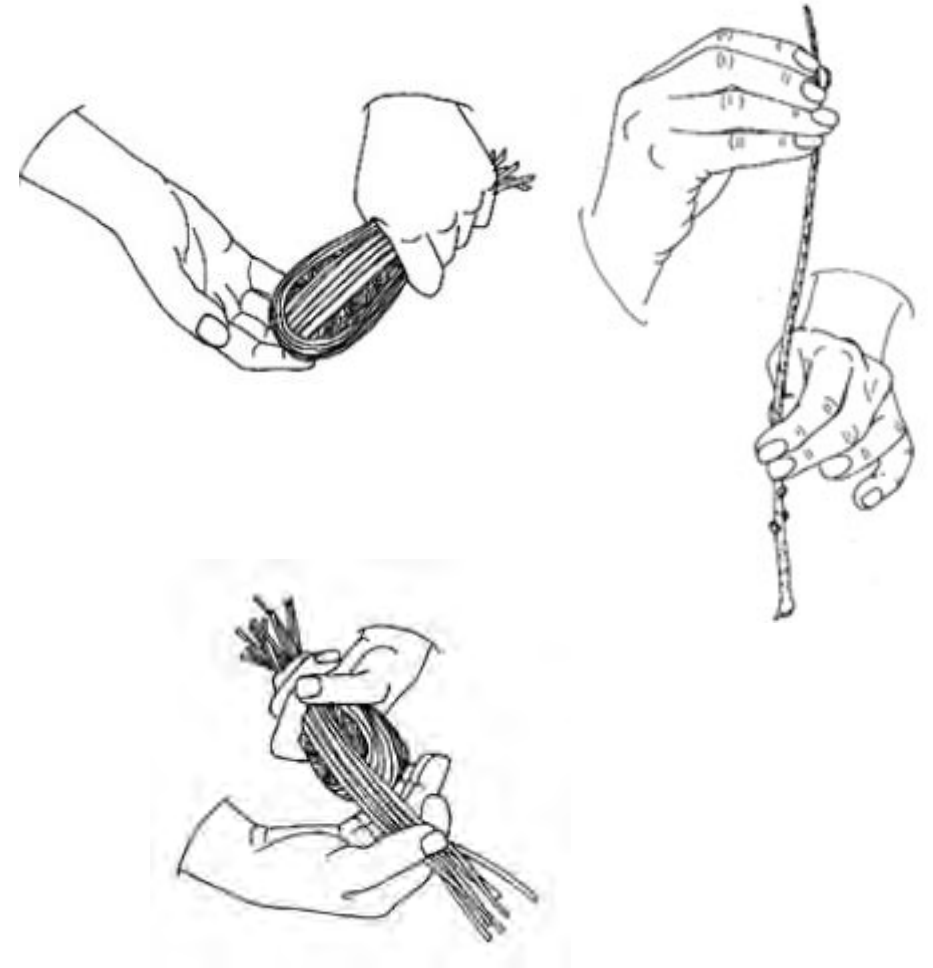
(<http://creeculturalinstitute.ca/product/tamarak-miniature-decoy/>)

ÉCONOMUSÉE – WORKSHOP

Source : nativetechn.org



ÉCONOMUSÉE – WORKSHOP



ÉCONOMUSÉE – TRAINING FOR KNOWLEDGE PRESERVATION

WE BELIEVE IN THE PRESERVATION OF TRADITIONAL KNOWLEDGE TO ENHANCE CULTURAL DIVERSITY.

We believe that through their trades, artisans perpetuate history and tradition and are a significant part of the cultural identity of the places where they live and operate. Through their ability to preserve intangible heritage, artisans are positive contributors to the promotion and safeguard of knowledge and cultural heritage.

The preservation of traditional know-how reinforces a cultural heritage.



Home About CNACA Programs & Services News & Events Member Ber

Tamarack Bird Making Course

January 6, 2016

January 6, 2016 – We the Cree Native Arts & Crafts Association (CNACA) will be hosting a **Regional Tamarack Bird Making Course** to be held in Ouje-bougoumou, QC. The training is scheduled to begin on March 7, 2016 and completed on March 18, 2016 for a total of ten (10) working days. It will start at 9:00AM each day and end at 5:00PM, a total of seven (7) hours per day. Lunch will be provided daily.

Fifteen (15) Cree participants from Eeyou-Itchee will be selected to participate in this unique opportunity to learn the art of making a Tamarack Bird. Space is limited and youth will be given a priority!

Applications are available or submit a letter/resume to apply to the email provided below. **Deadline is on February 26, 2016 at 5:00PM.**



ÉCONOMUSÉE – OTHER TRADITIONS / WAY OF LIFE



TANNING THE MOOSE HIDE



ÉCONOMUSÉE – OTHER TRADITIONS / WAY OF LIFE



4. BUSINESS SUPPORT

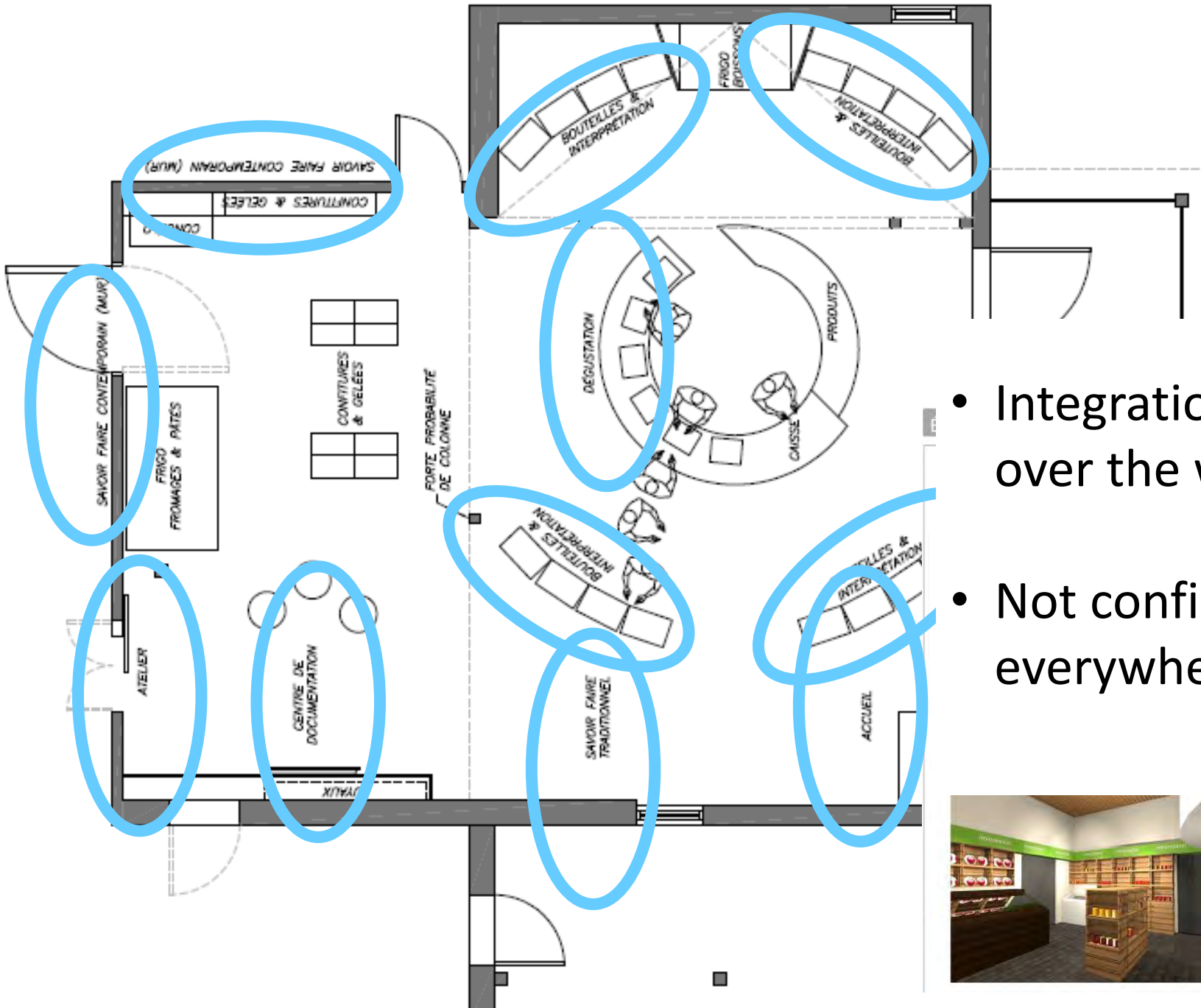


Refonte des ÉCONOMUSÉES® du
PELLETIER-BOTTIER ET DE LA TAXIDERMIE
Version préliminaire

RÉGION TOURISTIQUE
SAGUENAY-LAC-SAINTE-ANNE

Implementation plan

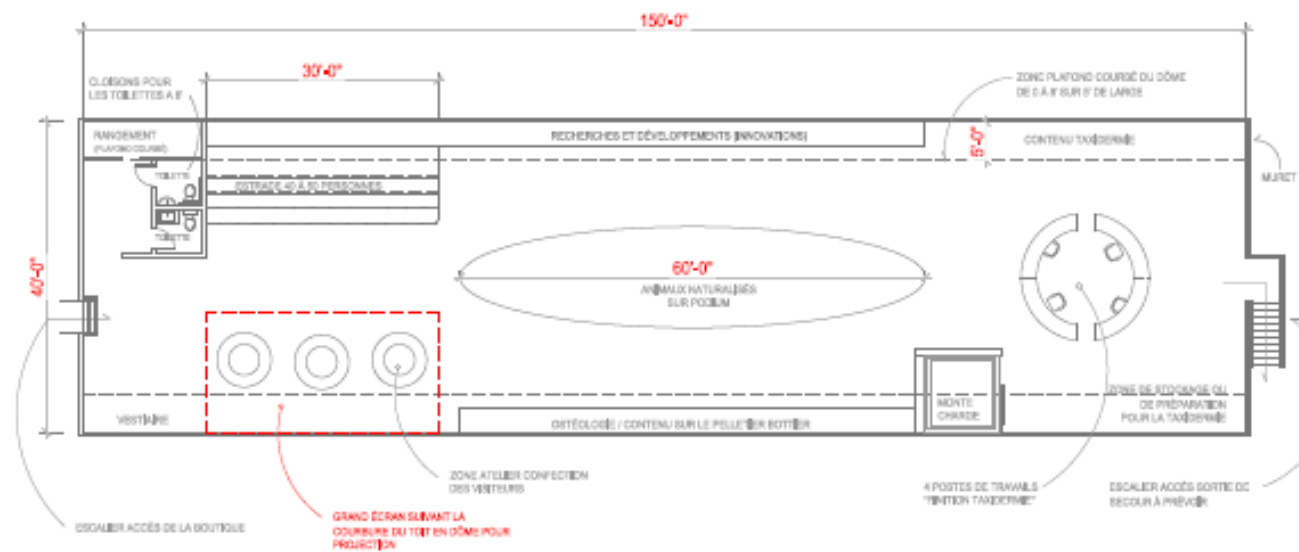
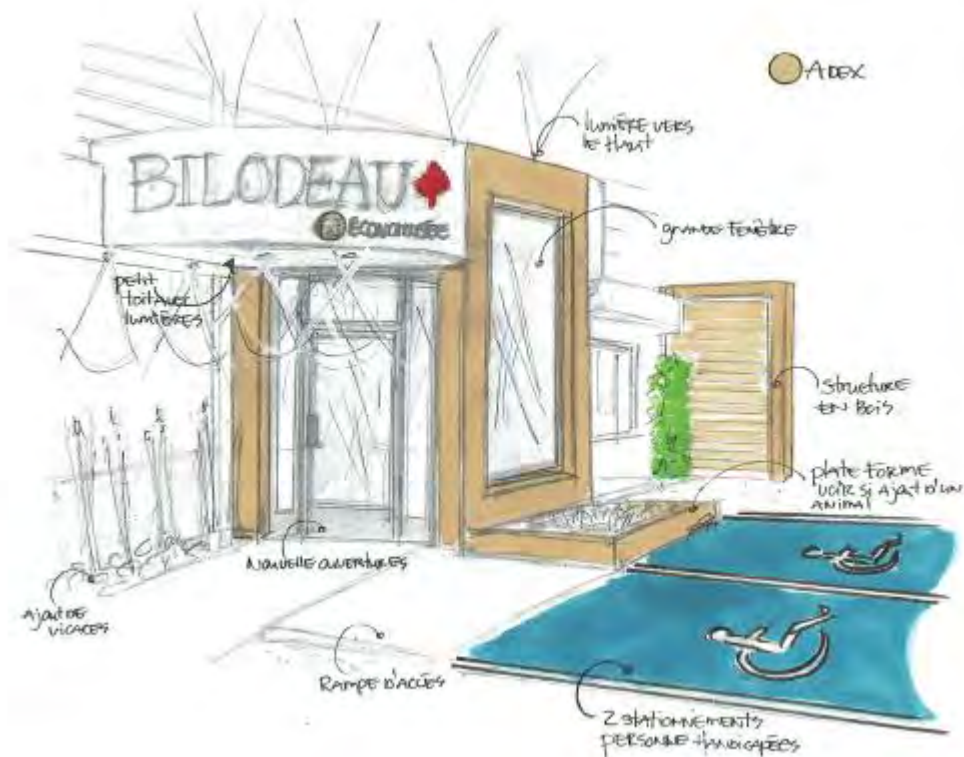
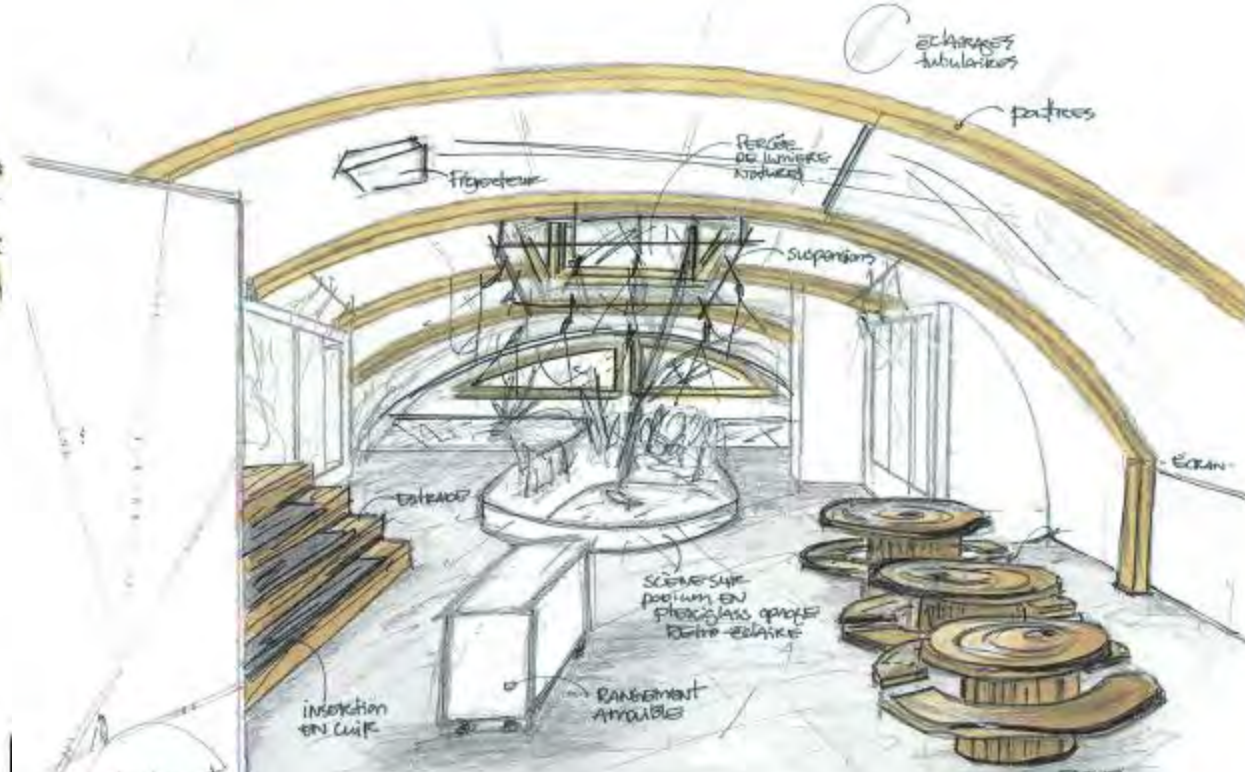
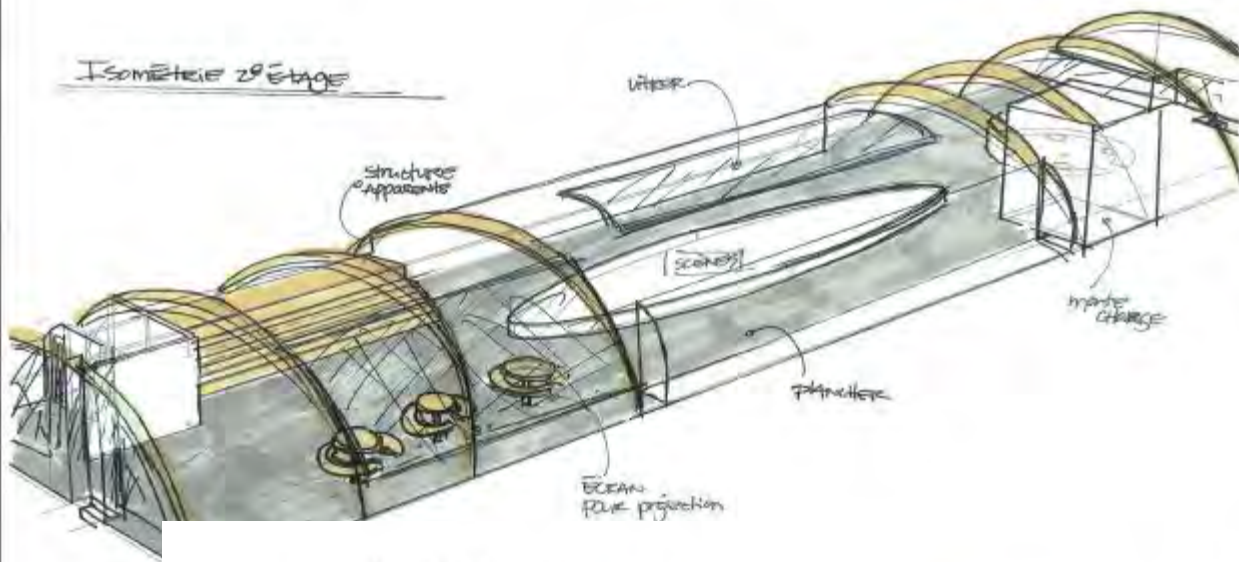
1. Business model
2. Artisans' profiles
3. Vision and objectives of the artisans:
 - Craft
 - Tourism business
 - Expansion or not (equipment, building)
 - Values
 - Customers and targeted customers
 - Guided Tours or free
4. Raw material
5. Cultural context of the craft
6. Infrastructures and available space
7. Floor plan, sketch or 3D Model
8. Description of the 6 components
9. Budget and financial partners



- Integration of the 6 components all over the workshop
- Not confined to one room but everywhere in the workshop









Artisans à l'œuvre / Artisans at work
ÉCONOMUSÉE®

33 ÉCONOMUSÉES À DÉCOUVRIR !

33 ÉCONOMUSÉES®
TO DISCOVER!

Qu'est-ce qu'un
ÉCONOMUSÉE® ?
What's an ÉCONOMUSÉE® ?

La Société du réseau
ÉCONOMUSÉE®
The ÉCONOMUSÉE® Network Society

Un rayonnement
international
International outreach

Québec - Premier numéro - Printemps / Été 2014
Québec - First Edition - Spring / Summer 2014



Artisans à l'œuvre / Artisans at work
ÉCONOMUSÉE®

À LA RENCONTRE DES ARTISANS MEETING ARTISANS

TROIS TERROIRS À CROQUER
MUNCHING ON THREE LOCAL DELIGHTS

DES BIJOUX DE PASSIONNÉS
ENTHUSIASTS' JEWELS

DES ARTISANS TISSÉS SERRÉS
TIGHTLY WOVEN ÉCONOMUSÉES

2015 - ANNÉE DES MÉTIERS
D'ART AU CANADA
2015 - CRAFT YEAR
IN CANADA

UN RÉSEAU MONDIAL
D'ARTISANS EN CROISSANCE
A GROWING INTERNATIONAL
NETWORK OF ARTISANS

ÉDITION INTERNATIONALE
PRINTEMPS / ÉTÉ 2015
INTERNATIONAL EDITION
SPRING / SUMMER 2015

WWW.ECONOMUSEES.COM



Artisans à l'œuvre / Artisans at work
ÉCONOMUSÉE®
magazine

BIEN DANS LEUR PEAU...
D'ARTISANS!
ARTISANS, COMFORTABLE
IN THEIR OWN SKIN!

LA SOCIÉTÉ DU RÉSEAU
ÉCONOMUSÉE®
THE ÉCONOMUSÉE®
NETWORK SOCIETY

UN RÉSEAU INTERNATIONAL
EN CROISSANCE
A GROWING INTERNATIONAL
NETWORK OF ARTISANS

FIERS GARDIENS DE LA TRADITION

PROUD KEEPERS
OF TRADITION

GRATUIT / FREE

ÉDITION INTERNATIONALE
PRINTEMPS / ÉTÉ 2016
INTERNATIONAL EDITION
SPRING / SUMMER 2016

ECONOMUSEES.COM



Artisans à l'œuvre / Artisans at work
ÉCONOMUSÉE®
magazine

LE DEVOIR
DE TRANSMETTRE
THE DUTY TO TRANSMIT

HOMMAGE AU BOIS
ODE TO WOOD

25 ANS D'EXCELLENCE
ET D'AUTHENTICITÉ
CELEBRATING 25 YEARS
OF EXCELLENCE
AND AUTHENTICITY

HAÏTI, NOU KONTAN WÈ OUI!

25 ANS DE PASSIONS PARTAGÉES

25 YEARS
OF SHARED
PASSIONS

GRATUIT / FREE

ÉDITION INTERNATIONALE
PRINTEMPS / ÉTÉ 2017
INTERNATIONAL EDITION
SPRING / SUMMER 2017

ECONOMUSEES.COM

3. BUSINESS SUPPORT - PROMOTION



For the first time at
Bienvenue Québec

THE ÉCONOMUSÉE®
EXPERIENCE:
UNION BETWEEN
CULTURE
AND TOURISM

A privileged moment to
DISCOVER
the ÉCONOMUSÉE®
network
MEET
our artisans
APPRECIATE
their savoir-faire
SAMPLE
their products

 **réseau ÉCONOMUSÉE®**
network

québecoriginal
Québec

SODEC
Québec 

INVITATION COCKTAIL VIP
Dans le cadre de l'événement **2014 BIENVENUE QUÉBEC**

LUNDI 27 OCTOBRE 2014 - 19H00
MORRIN CENTRE
44, CHAUSSÉE DES ÉCOSSAIS
QUÉBEC (QC) G1R 4N3

**Un cocktail de saveurs
et de savoir-faire!**
Découvrez le réseau des
ÉCONOMUSÉE®





 **Artisans à l'œuvre**
ÉCONOMUSÉE®
QUÉBEC

www.economusee.com

3. BUSINESS SUPPORT - PROMOTION



4. BUSINESS SUPPORT - PROMOTION



Publié le 23 juin 2015 à 05h30 | Mis à jour le 23 juin 2015 à 05h30

Miel des Ruisseaux devient Économusée



Carl-Éric Guertin, directeur général de la SRÉ, était présent à Alma, hier, pour l'inauguration du nouvel Économusée de Miel des Ruisseaux de l'apiculteur Patrick Fortier.
(Courtoisie)



Laura Lévesque
Le Quotidien

Miel des Ruisseaux d'Alma joint le réseau international Economusée. Il s'agit de la cinquième entreprise régionale à ouvrir son atelier au grand public, après la boulangerie Perron de Roberval, Blodeau de Normandin, le Chevrier du Nord de Saint-Fulgence et Touverre de La Baie.

L'Économusée met en valeur des artisans et leurs métiers et rend possible la rencontre avec l'artisan qui ouvre son atelier au public, transmet son savoir-faire et sa passion en plus d'offrir des produits fabriqués sur place.

« Ça faisait quelques années que nous souhaitions joindre le réseau. Maintenant, avec nos investissements dans notre nouveau pavillon d'accueil, on croit devenir un incontournable dans la région », estime son quotidien avec le public.

Patrick Fortier, propriétaire de Miel des Ruisseaux, heu-

19 juillet 2014

actualités 09

Tourisme: l'union fait la crêpe

Valérie Lesage
valerie.lesage@tc.tc

Inventer une nouvelle recette de crêpes pour faire voyager les touristes d'une entreprise à une autre dans la même région : Charlevoix y a pensé ! Depuis des années, les quatre entreprises de la région certifiées Économusées, où l'on peut regarder les artisans à l'œuvre, se renvoient des clients entre elles.

Cette année, au lieu de rafraîchir leur dépliant commun, Caroline Perron, directrice du Moulin de

musée de la meunerie), a eu l'idée de créer un produit alliant le savoir-faire de l'économusée qu'elle dirige aux trois autres de la région. Le beurre de pomme et le sirop de poire de la Cidrerie et Verger Pedneault (Économusée du cidrier), le fromage de la Laiterie Charlevoix (fromagerie) et la farine de sarrasin du Moulin sont utilisées pour une recette imprimée sur du papier de la Papeterie Saint-Gilles (Économusée du papier).

« Quand on visite un des quatre Économusées, on

et acheter les produits pour faire la crêpe», dit M^{me} Perron. «Il faut toujours innover pour susciter l'intérêt. On s'est toujours envoyé des clients les uns aux autres, mais là, on se donne un outil de plus pour valoriser nos projets», souligne Éric Desgagnés de la Cidrerie et Verger Pednault.

Les liens entre le tourisme et le secteur agroalimentaire étant tissés serrés dans Charlevoix, l'Auberge La Fascine de l'Isle-aux-Coudres et l'Hôtel La Ferme de Baie-Saint-Paul cuisinent

Les visiteurs des Économusées représentent une clientèle aisée, qui n'hésite pas à se procurer les produits de l'entreprise après une visite. L'entraide entre elles stimule tout autant la vente de produits que les visites.

Innovation et tradition
Le réseau des Économusées existe depuis 20 ans et compte 33 entreprises membres au Québec et 37 à l'extérieur de la province.

« Je pense qu'il faut bien montrer que nos membres sont des créateurs

travaillent avec la tradition », souligne le nouveau directeur du regroupement, Carl-Éric Guertin.

Par exemple, si la Laiterie de Charlevoix, Économusée de la fromagerie, fabrique son fromage de manière artisanale, elle est aussi à l'avant-garde sur le plan environnemental en valorisant les résidus organiques de sa fabrication. Elle fabrique aussi un fromage (le 1608) avec le lait des vaches Canadiennes, soutenant ainsi le maintien de cette race quasi disparue au Québec.

éclater la marque Économusée grâce à un nouveau magazine et à un site Web rafraîchi. Il espère augmenter les visites touristiques dans ces lieux où le public peut découvrir les procédés de fabrication, et aller chercher de nouvelles sources de financement pour l'organisation, notamment par le mécénat. Qu'ils soient des organismes sans but lucratif ou des entreprises privées, les Économusées doivent être encouragés dans leur mission, car ils sont les gardiens du patrimoine

5. BENEFITS

“HERITAGE THAT
EARN ITS KEEP”

– Cyril Simard, ÉCONOMUSÉE® founder



Potential
benefits

Waskaganish as a
tourist
destination

- Add a new tourism attraction
- Contribute to the recognition of Waskaganish as a tourism destination
- Respond to tourist demand :
 - authenticity, contact with the « locals », purchasing of local products
- Improve the visitor experience

Potential
benefits

for the
Community

Cree Culture :

- Preservation and transmission of the know-how to younger generations
- Training facility for youth
- Place to explain and to highlight Cree culture

Economic Development :

- Diversification of the economy and new sources of income
- New job opportunities

Recognition of Waskaganish :

- « Capital » of tamarack decoy making
- Promotion through an international network

Potential benefits

for the Artisans

Artisans enhancement

- Identity and origins
- Intangible heritage
 - How it is entrenched in family, community or regional history

New sources of income :

- Guided tour
- Sales of products
- Workshops
- Potential selling points at the other economusees

Contact with tourists

- Explain Cree way of life, know-how
- Respond to market trends

Put the spotlight on « unknown » artisans - recognition of their craft, techniques, important of intangible heritage

Artisans shine outside their community

6. NEXT STEPS

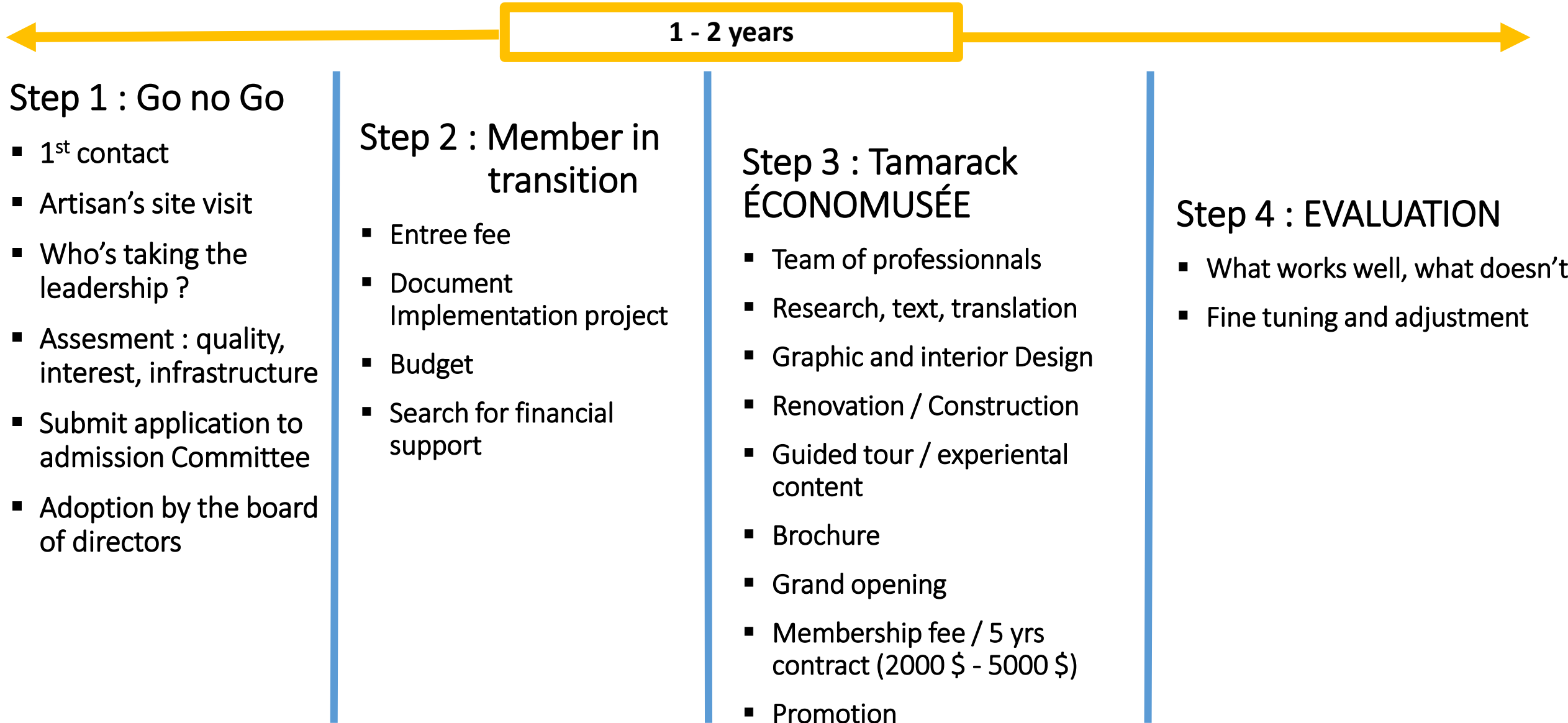
Step 1 : Go no Go

- 1st contact
- Artisan's site visit
- Who's taking the leadership ?
- Assessment : quality, interest, infrastructure
- Submit application to admission Committee
- Adoption by the board of directors

Step 2 : Member in transition

- Member in transition fee (1500\$)
- Implementation plan
- Search for financial support

6. NEXT STEPS



2ND INTERNATIONAL ECONOMUSÉE CONFERENCE

OCTOBER 15 – 19, 2017
BERGEN, NORWAY

www.economusees.com/bergen2017



Artisans at work / Artisans à l'œuvre
ECONOMUSÉE®

INTERNATIONAL





Maamaataausiiu ᐃᐤᐠᐱᐸᐅᓂᕐᓄᑦ

ECONOMUSEE®

QUÉBEC



CONTACT

M. Carl-Éric Guertin
Director general

SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE(SRÉ)
Maison Louis-S.-Saint-Laurent
203, Grande Allée Est
Québec (Québec) G1R 2H8 CANADA

Phone : (418) 694-4466, poste 25
Email : ceguertin@economusees.com
www.economusees.com