

Planifier l'avenir

Consultation sur le lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier



Une invitation à participer !

Le lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier planifie ses opérations pour les prochaines années. À cette fin, je vous invite à participer à cette réflexion en nous faisant part de votre point de vue et de vos suggestions dans le cadre de la période de consultation publique qui se tiendra du 6 juin au 6 juillet.

L'objectif de cette consultation est de permettre au grand public, aux communautés autochtones, à la municipalité, aux partenaires et aux intervenants du milieu de participer à la prise de décision relativement à la gestion du lieu historique national.

Le plan directeur guidera la gestion du lieu historique pour les dix prochaines années (2018-2028). Il fournit les orientations pour la protection des ressources culturelles et naturelles, l'expérience du visiteur, la diffusion externe et l'éducation du public.

Ce lieu historique national vous appartient ! Joignez-vous à l'équipe de Parcs Canada afin de développer une vision commune, poursuivre la protection et favoriser la découverte de ce site unique.

Nadine Blackburn
Directrice
Unité de gestion de La Mauricie et de l'Ouest du Québec

Mandat de Parcs Canada

Au nom de la population canadienne, nous protégeons et mettons en valeur des exemples représentatifs du patrimoine naturel et culturel du Canada, et en favorisons chez le public la connaissance, l'appréciation et la jouissance, de manière à en assurer l'intégrité écologique et commémorative pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

Importance du lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier

Le lieu historique national désigné en 1964 par la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (CLMHC) consiste en deux maisons contiguës formant la propriété détenue par George-Étienne Cartier au milieu du XIX^e siècle. Les motifs de la désignation des maisons Cartier sont les suivants :

- *Ces deux maisons jumelées ont servi de résidence familiale à un illustre homme politique canadien, Sir George-Étienne Cartier.*
- *Ce dernier a été premier ministre de la Province du Canada d'août 1858 à mai 1862.*
- *Il fut l'un des principaux artisans de la Confédération.*
- *Il fut l'un des membres les plus influents du premier cabinet canadien.*



Les maisons jumelées, acquises par Parcs Canada en 1973, ont été reconnues par le Bureau d'examen des édifices fédéraux du patrimoine (BEEFP) en 2006 pour leur valeur patrimoniale et architecturale. Le lieu fait également partie de l'arrondissement historique du Vieux-Montréal, une désignation provinciale qui lui confère un statut de protection supplémentaire.

La maison ouest se démarque par l'authenticité de son aménagement intérieur et l'abondance de sa collection ethnologique. Elle comprend plus de 1 000 objets associés à Cartier et à son entourage. Ces objets placent le visiteur dans l'atmosphère d'une résidence bourgeoise montréalaise des années 1860, et illustrent la personnalité, la vie privée et la carrière politique de Sir George-Etienne Cartier. La maison accueille les expositions dédiées à l'interprétation. On y explique le contexte historique de la Confédération ainsi que l'importance de l'homme politique.



Contexte de planification

Le lieu historique national a ouvert ses portes au public en 1983. À ce jour, la conservation et la mise en valeur ont été effectuées dans l'esprit des deux plans directeurs précédents, dont le dernier est en œuvre depuis 2007. La plupart des mesures de gestion énoncées dans ledit plan ont été réalisées.

Ouvert au public de la mi-juin à la fin décembre, le site peut se visiter de façon autonome (visiteurs individuels) ou animée (groupes). Les visiteurs peuvent découvrir l'histoire du lieu historique national et la raison de sa désignation en parcourant les expositions dans les maisons. En décembre, une activité spéciale intitulée « Le Noël Victorien » permet au public de découvrir la période des fêtes telle qu'elle était vécue au XIX^e siècle par la bourgeoisie montréalaise.

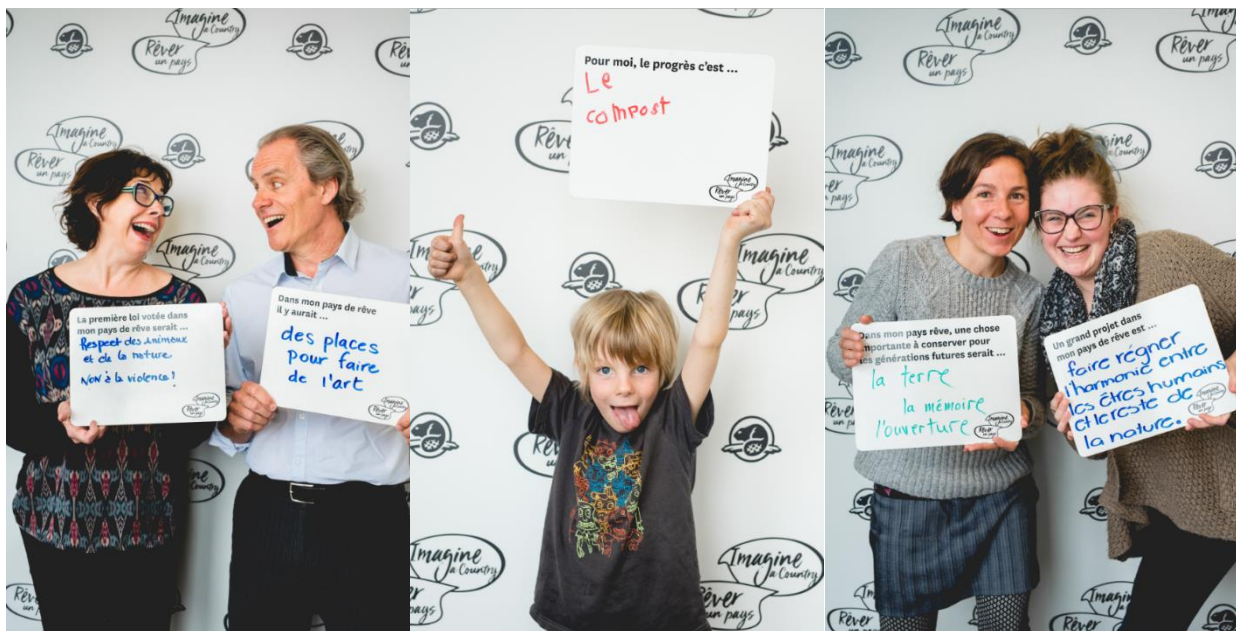
Depuis 2012, des outils d'interprétation autonomes ont été mis en place pour adapter l'expérience de visite à une offre autoguidée. Le circuit de visite a été modifié, des panneaux d'interprétation ont été actualisés et l'affichage a été amélioré. « Rêver un pays », une exposition participative mettant l'accent sur l'histoire de la création du Canada moderne et la Confédération, a permis de moderniser l'expérience de visite et de favoriser l'attachement du public au site.

Le lieu historique national travaille en collaboration avec plusieurs partenaires, notamment les principaux regroupements et musées d'histoire de Montréal, la Commission scolaire de Montréal et l'Institut pour la citoyenneté canadienne.

Pour planifier l'avenir du lieu historique national du Canada de Sir-George-Étienne-Cartier, l'Agence Parcs Canada a tenu compte de l'état du lieu, des enjeux et possibilités ainsi que des tendances globales qui influencent le lieu. Les relations avec les principaux intervenants et leurs intérêts ont également été pris en compte dans ce plan directeur.

Deux principaux enjeux ont été soulevés lors de l'élaboration de ce plan directeur :

- **La baisse de fréquentation.** Une baisse de fréquentation du lieu historique national de 67 % (11 742 à 3 788 visiteurs) a été observée entre 2011 et 2013 en raison d'une réduction de sa période d'ouverture, et en 2015, à la suite d'une baisse du nombre de groupes scolaires. La tendance semble toutefois être revenue à la hausse depuis 2016 avec 4 478 visiteurs grâce à un ajustement de la période d'ouverture et de l'offre d'activités.
- **Le positionnement géographique et thématique du lieu historique national.** Celui-ci est situé à l'extrémité du Vieux-Montréal, dans un secteur peu visible et peu fréquenté par les touristes. De plus, le marché muséal dans le Vieux-Montréal apporte une concurrence importante avec des institutions majeures (Pointe-à-Callière, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal; Centre des sciences de Montréal) et des musées plus petits, mais thématiquement similaires (Centre d'histoire de Montréal, Château Ramezay, etc.). Il est donc difficile de se démarquer pour attirer les visiteurs dans un tel contexte.



Vision

Situé au cœur du Vieux-Montréal, le lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier transporte le visiteur à l'époque victorienne et lui fait découvrir le quotidien d'une famille bourgeoise de Montréal.

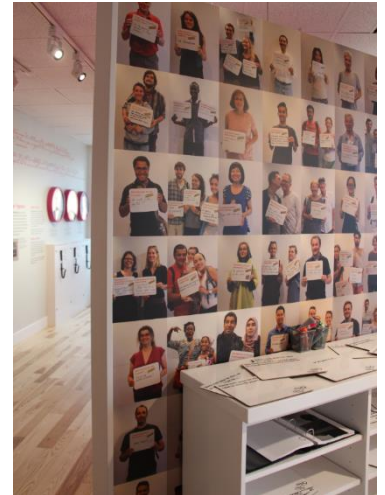
Il permet de comprendre la création du Canada moderne ainsi que le rôle déterminant de l'homme politique Sir George-Étienne Cartier dans l'établissement de la Confédération. Le lieu offre également la chance de découvrir certains volets de l'histoire autochtone du Canada.

Le lieu témoigne de la diversité de l'identité canadienne et constitue un espace privilégié pour rejoindre les nouveaux Canadiens, les groupes scolaires et d'apprentissage linguistique et les visiteurs étrangers.

Le bon état de conservation des bâtiments et la richesse des objets de collection présentés renforcent l'expérience de visite et suscitent l'appréciation des visiteurs.

Grâce à une offre de service adaptée aux attentes de la clientèle et renouvelée ponctuellement, le site voit sa clientèle se fidéliser et sa fréquentation augmenter.

Le site multiplie ses occasions de rayonnement grâce à des liens solides avec le milieu éducatif, muséal et les intervenants touristiques environnants. Il s'agit d'un espace apprécié par le milieu montréalais qui se l'approprie et y tient des activités.



Stratégies clés

STRATÉGIE CLÉ #1 : UN LIEU HISTORIQUE NATIONAL QUI SUSCITE L'ATTACHEMENT DU PUBLIC ET CRÉE DES LIENS AVEC LES PERSONNES ET LES IDÉES QUI ONT FAÇONNÉ LE CANADA MODERNE

Cette stratégie a pour but de créer un lien intime entre le visiteur et les personnes, les idées et les enjeux sociaux qui ont mené à la création du Canada moderne, de la Confédération à nos jours. Elle s'appuie sur deux piliers :

- Immerger le visiteur dans le temps : placer le visiteur dans le contexte historique de l'époque victorienne et de la vie de Sir George-Étienne Cartier grâce à des ressources culturelles évocatrices, une expérience de visite authentique et des activités signatures.
- Susciter la réflexion, la compréhension et l'attachement : amener le visiteur à comprendre et à réfléchir à l'histoire politique du Canada grâce à des activités participatives et à des expositions

Objectif 1.1 : Les visiteurs développent un fort sentiment d'attachement au lieu historique national et à l'histoire politique du Canada moderne, de la Confédération à nos jours

- ✓ Cible : D'ici 2028, cinq activités nouvelles ou renouvelées sont offertes.
- ✓ Cible : D'ici 2028, le taux d'attachement des visiteurs au lieu se maintient ou dépasse les 85 %.

Objectif 1.2 : L'histoire des communautés autochtones, notamment celles en lien avec la Confédération, est présentée au public.

- ✓ Cible : D'ici 2020, un contact est établi avec les communautés autochtones en vue de leur proposer une collaboration pour la mise en valeur de la thématique présentée.
- ✓ Cible : D'ici 2025, l'histoire autochtone, notamment celle en lien avec la Confédération, est présentée au public en collaboration avec les communautés (advenant un intérêt de la part de celles-ci).

Objectif 1.3 : Les ressources culturelles sont maintenues en bon état et participent à immerger le visiteur dans l'époque victorienne et le quotidien de Sir George-Étienne Cartier

- ✓ Cible : Le lieu historique national maintient une cote « bonne » en ce qui a trait à l'état des ressources culturelles.

Objectif 1.4 : De nombreux visiteurs reviennent au site annuellement, ce qui perpétue une « tradition de visite »

- ✓ Cible : Le site tient annuellement une activité « signature ».
- ✓ Cible : Le taux de récurrence des visites augmente de 10 % par rapport à l'année de référence 2016.

STRATÉGIE CLÉ #2 : UN LIEU HISTORIQUE NATIONAL BIEN POSITIONNÉ AU SEIN DE L'OFFRE TOURISTIQUE DU VIEUX-MONTRÉAL, SUR LES MÉDIAS SOCIAUX ET AUPRÈS DES CLIENTÈLES DE GROUPES

Cette stratégie a pour but d'améliorer le positionnement du site de façon à attirer un plus grand nombre de visiteurs. Elle est basée sur trois axes :

- Renforcer l'attractivité et la pertinence du lieu historique national pour ses clientèles récurrentes : les nouveaux Canadiens, les groupes scolaires et les groupes d'apprentissage linguistique.
- Améliorer le positionnement du site en le liant aux offres touristiques ou muséales du Vieux-Montréal, et augmenter sa présence sur les médias sociaux, de façon à attirer plus de visiteurs individuels.
- Augmenter l'importance du lieu historique dans sa communauté en favorisant des opportunités d'utilisation alternatives et novatrices par le milieu montréalais.

Objectif 2.1 : L'offre et les horaires d'ouverture répondent aux besoins des clientèles de nouveaux Canadiens, de groupes scolaires et de groupes d'apprentissage linguistique.

- ✓ Cible : Le lieu historique national approche annuellement les partenaires cibles (organismes d'aide et d'intégration des nouveaux Canadiens, groupes scolaires et groupes d'apprentissage linguistique) afin de promouvoir le site et de confirmer que le contenu de l'offre de visite et les horaires d'ouverture concordent avec leurs besoins.

Objectif 2.2 : Le lieu historique national est bien intégré aux offres touristiques du Vieux-Montréal, du Vieux-Port de Montréal et des autres lieux patrimoniaux de Parcs Canada.

- ✓ Cible : Une activité est réalisée annuellement en partenariat avec d'autres lieux touristiques.
- ✓ Cible : Deux actions promotionnelles ou activités de réseautage sont réalisées annuellement.

Objectif 2.3 : Le lieu augmente sa présence au sein du milieu montréalais en favorisant des opportunités d'utilisation innovantes et alternatives compatibles avec sa valeur patrimoniale.

- ✓ Cible : Le site accueille chaque année une activité alternative en collaboration avec le milieu.

Objectif 2.4 : Le lieu utilise les médias numériques et traditionnels pour renforcer ses liens avec ses publics cibles et favoriser son rayonnement.

- ✓ Cible : Annuellement, le lieu suit les tendances et assure une présence sur les plateformes numériques et traditionnelles les plus porteuses.

Objectif 2.5 : Le nombre de visiteurs augmente.

- ✓ Cible : D'ici 2028, le nombre de visiteurs du lieu historique national augmente de 10 % par rapport à l'année de référence 2016.

Évaluation environnementale stratégique

Conformément à la *Directive du Cabinet sur l'évaluation environnementale des projets de politiques, de plans et de programmes* (2010), une évaluation environnementale stratégique (EES) est réalisée pour tous les plans directeurs déposés au Parlement. L'EES a pour objet d'intégrer les considérations d'ordre environnemental dans l'élaboration des politiques, des plans et des propositions de programme afin d'appuyer la prise de décisions respectueuses de l'environnement. Les projets particuliers réalisés pour mettre en œuvre les objectifs du plan directeur sur le lieu historique feront l'objet d'une évaluation distincte afin d'établir si une analyse d'impact environnementale est nécessaire en vertu de la *Loi canadienne sur l'évaluation environnementale 2012*, ou de toute loi lui succédant.

Les stratégies énoncées dans la proposition du plan directeur permettront au lieu historique national de mieux se faire connaître et apprécier par les Canadiens, de renforcer ses liens avec la communauté en créant chez le visiteur, un lien intime avec les personnes, les idées et les enjeux sociaux qui ont mené à la création du Canada moderne, de la Confédération à nos jours. Pour ce faire, le lieu historique national devra être bien intégré aux offres touristiques du Vieux-Montréal, du Vieux-Port de Montréal et des autres lieux patrimoniaux de Parcs Canada, sur les médias sociaux et auprès des clientèles de groupes. Finalement, lieu historique national poursuivra ses efforts afin de maintenir ses ressources patrimoniales en bon état.

La mise en œuvre de mesures pour atteindre les objectifs et cibles fixés dans la proposition du plan directeur devrait contribuer à améliorer le positionnement du site de façon à attirer un plus grand nombre de visiteurs et de faire du lieu historique national l'espace clé, à Montréal, pour parler de la Confédération et de la création du Canada moderne. Les évaluations des impacts aborderont les effets négatifs potentiels des projets proposés individuellement sur le site. L'évaluation environnementale stratégique a conclu que la proposition du plan directeur du site historique national de Sir-George-Étienne-Cartier aurait plusieurs effets positifs sur l'expérience des visiteurs et ne devrait pas créer d'importants effets environnementaux négatifs.

La proposition du plan directeur ne permet pas de déterminer s'il contribuera de façon appréciable aux objectifs de la Stratégie de développement durable du gouvernement fédéral mais il est peu probable qu'il nuise à leur réalisation.

Il n'y a pas d'effets environnementaux négatifs importants prévus découlant de la mise en œuvre de ce plan directeur.



Qu'en pensez-vous ?

Le présent document résume et présente le site, ses enjeux ainsi que des stratégies, des objectifs de gestion et des cibles. La parole est maintenant à vous! Voici l'occasion d'enrichir la réflexion et d'élaborer ensemble l'énoncé de gestion du lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier. Votre connaissance du site, votre expérience du lieu historique et la façon dont vous envisagez son avenir nous tiennent à cœur.

Comment participer ?

Si vous ne pouvez vous présenter à la consultation, il vous est possible de nous faire part de votre opinion de deux façons :

- Par courriel : sebastien.bachmann@pc.gc.ca
- Par courrier à l'adresse suivante :

Consultations publiques – LHN de Sir-George-Étienne-Cartier
Bureau administratif de Parcs Canada au fort Chambly
2, rue de Richelieu, Chambly (Québec) J3L 2B9 Canada

Si vous avez des questions ou si vous souhaitez obtenir des renseignements sur la consultation publique, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

Visitez le site Internet de Parcs Canada :

<https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/etiennecartier/index>

Vous avez jusqu'au 6 juillet pour nous transmettre votre opinion, vos commentaires et vos idées.

Merci de votre précieuse collaboration!

