

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ À

L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIM

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN GESTION DES ORGANISATIONS

PAR

MARIE-NOËL FORTIN

CMA, B.A.A.

**LA RÉPARTITION TERRITORIALE DES PRODUITS ISSUS DES
CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS**

AOÛT 2005



Mise en garde/Advice

Afin de rendre accessible au plus grand nombre le résultat des travaux de recherche menés par ses étudiants gradués et dans l'esprit des règles qui régissent le dépôt et la diffusion des mémoires et thèses produits dans cette Institution, **l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)** est fière de rendre accessible une version complète et gratuite de cette œuvre.

Motivated by a desire to make the results of its graduate students' research accessible to all, and in accordance with the rules governing the acceptance and diffusion of dissertations and theses in this Institution, the **Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)** is proud to make a complete version of this work available at no cost to the reader.

L'auteur conserve néanmoins la propriété du droit d'auteur qui protège ce mémoire ou cette thèse. Ni le mémoire ou la thèse ni des extraits substantiels de ceux-ci ne peuvent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

The author retains ownership of the copyright of this dissertation or thesis. Neither the dissertation or thesis, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

RÉSUMÉ

Plusieurs entreprises ne peuvent faire face à l'homogénéisation des produits créée par la mondialisation, elles doivent alors se diversifier pour assurer leur survie. Il est possible d'utiliser l'approche particularisante du patrimoine comme source de diversification. Les produits issus des créneaux du patrimoine québécois sont peu connus au Québec comparativement à la France qui exploite très bien cette facette de son personnage. Dû à notre faible connaissance de ce phénomène au Québec, nous avons jugé utile de faire un inventaire de ces produits. Les données que nous avons recueillies en 1996, nous ont permis de faire la répartition géographique des produits de chacune de ces catégories et d'analyser ces produits selon trois variables, soit la proximité des producteurs de leurs marchés, leur présence en milieu agricole et la taille de leur municipalité.

Nous avons répertorié plus de mille produits différents issus des créneaux du patrimoine québécois ainsi que plus de mille producteurs. Nous avons pu classer les produits selon deux catégories soit, les métiers d'art et le bioalimentaire. Ces catégories ont été par la suite subdivisées en sous-catégories selon les matières premières utilisées pour la fabrication des produits.

En analysant les cartes géographiques nous avons vu l'émergence de zones très actives. Du côté des produits bioalimentaires, il y a trois zones distinctes, premièrement la Montérégie et l'Estrie, deuxièmement la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et la Côte-Nord et finalement, Chaudière-Appalaches et les Bois-Francs. En ce qui concerne les métiers d'art nous avons pu identifier les quatre zones de grande productivité suivantes : la zone Montréal et la Montérégie, la zone Québec et l'Île-d'Orléans, la zone Laurentides, Lanaudière et Outaouais et la zone Saguenay-Lac-St-Jean et Haute-Côte-Nord. Les régions de Montréal et de la Montérégie détiennent près de la moitié de tous les produits inventoriés toutes sous-catégories confondues.

Les catégories métiers d'art et bioalimentaire sont très différentes de l'une de l'autre. En effet, sur la plupart des variables que nous avons étudiées, elles obtenaient des résultats contraires. Tout d'abord, les produits métiers d'art sont fabriqués principalement à proximité des marchés que sont Montréal et Québec alors que les produits bioalimentaires sont pour la plupart produits dans des M.R.C. qui ne sont pas situées près des grands centres. Ensuite, les produits bioalimentaires sont très présents en milieu agricole alors que cette relation est beaucoup moins évidente chez les produits métiers d'art. Finalement, les

métiers d'art foisonnent dans les municipalités de plus de 50 000 habitants alors que les produits bioalimentaires se retrouvent principalement concentrés dans des municipalités variant de 2999 à 1000 résidents.

Nous constatons qu'il s'agit d'un champ d'activités économiques non négligeable et qui ne doit plus être ignoré. Pour le moment, nous ne connaissons pas le nombre d'emplois générés, la valeur ajoutée ni la valeur des exportations.

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, j'aimerais remercier une personne que j'admire beaucoup, mon directeur de recherche, Monsieur Marc-Urbain Proulx pour son support indéfectible et sa patience.

Ensuite, mes remerciements vont à mes parents pour leur dévouement. Les quelques semaines que nous avons passées chez vous, mon fils et moi, nous ont été salutaires. J'aimerais remercier tout spécialement ma mère, car sans elle, ce mémoire n'aurait pu voir le jour. Merci de n'avoir cessé de m'encourager, d'avoir réviser mes textes et d'être ma complice dans tout. Toutefois, le plus important demeure d'avoir pris soin de mon petit Thomas ce qui m'a permis de terminer ce mémoire que j'ai mis si longtemps à rédiger.

Puis, je souhaite remercier ma tante Lucille pour les nombreux encouragements qu'elle m'a témoignés. Finalement, je voudrais remercier mon mari pour son soutien ainsi que les sacrifices qu'il a dû faire pour permettre la rédaction de ce mémoire.

Je tire de la production de cet écrit bien plus que la satisfaction du devoir accompli mais bien plusieurs leçons de vies qui me suivront tout au cours de mon cheminement professionnel et personnel. Je vais m'efforcer de transmettre ces leçons à mon fils Thomas. Ce mémoire, je le lui dédie.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
1 PROBLÉMATIQUE	3
2 CADRE THÉORIQUE	12
2.1 PRINCIPALES CATÉGORIES DE PATRIMOINE	12
2.1.1 <i>Patrimoine bâti</i>	13
2.1.2 <i>Patrimoine immatériel vivant (savoirs et savoir-faire)</i>	13
2.1.3 <i>Patrimoine ethnologique</i>	17
2.1.4 <i>Le patrimoine social</i>	18
2.1.4.1 <i>Folklore (culture populaire)</i>	19
2.1.5 <i>Mémoire collective</i>	20
2.2 DÉFINITION DU PATRIMOINE	21
2.3 DÉFINITION DE CRÉNEAU DU PATRIMOINE	23
2.3.1 <i>Qu'est-ce qu'un créneau?</i>	23
2.3.2 <i>Le créneau du patrimoine</i>	24
2.4 LES CATÉGORIES DE PRODUITS ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE	27
2.4.1 <i>Les produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine québécois</i>	27
2.4.1.1 <i>Les catégories de produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine québécois</i>	28
2.4.2 <i>Les produits des métiers d'art issus des créneaux du patrimoine québécois</i>	30
2.5 CAUSES QUI PROVOQUENT L'ESSOR DES PRODUITS ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE	34
2.5.1 <i>Conjoncture économique favorable</i> :	34
2.5.2 <i>Conjoncture agricole propice à la diversification</i> :	35
2.5.3 <i>« La préexistence des savoir-faire »</i>	36
2.5.4 <i>La recherche de produits individualisés</i>	37
2.5.5 <i>« Une bonne adaptation au milieu »</i>	37
2.5.6 <i>L'emploi d'images de référence</i>	38
2.5.7 <i>La présence de la demande</i>	39

3	MÉTHODOLOGIE.....	41
3.1	LIMITES DE LA RECHERCHE.....	42
3.1.1	<i>Limites du cadre théorique.....</i>	42
3.1.2	<i>Limites de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.....</i>	43
4	ANALYSES DESCRIPTIVES	45
4.1	PRODUITS ET PRODUCTEURS DES PRODUITS ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS	45
4.1.1	<i>Les produits.....</i>	47
4.1.1.1	Les produits bioalimentaires.....	47
4.1.1.2	Les produits métiers d'art.....	48
4.1.2	<i>Les producteurs</i>	49
4.1.2.1	Les producteurs bioalimentaires.....	49
4.1.2.2	Les producteurs de métiers d'art.....	50
4.2	ANALYSE DES CATÉGORIES.....	51
4.2.1	<i>Les catégories bioalimentaires.....</i>	51
4.2.1.1	Fruits et légumes.....	52
4.2.1.2	Viandes et substituts.....	61
4.2.1.3	Autres.....	65
4.2.1.4	Produits laitiers.....	68
4.2.1.5	Pains et céréales.....	69
4.2.1.6	Élevage.....	71
4.2.2	<i>Les catégories métiers d'art.....</i>	72
4.2.2.1	Métaux.....	73
4.2.2.2	Textile.....	76
4.2.2.3	Autres.....	79
4.2.2.4	Bois.....	82
4.2.2.5	Céramique.....	85
4.2.2.6	Cuir.....	88
4.2.2.7	Verre.....	91
4.2.2.8	Indéterminée.....	93
5	RÉPARTITION SPATIALE DES PRODUITS ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS.....	97
5.1	RÉPARTITION SPATIALE DES PRODUITS BIOALIMENTAIRES ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS	97
5.1.1	<i>Territorialisation de l'ensemble des produits bioalimentaires issus de créneaux du patrimoine québécois dans les M.R.C.</i>	97

5.1.1.1	Zone Montérégie et Estrie	100
5.1.1.2	Zone Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et Côte-Nord	101
5.1.1.3	Zone Chaudière-Appalaches et Bois-Francs	102
5.1.2	<i>Proximité des marchés</i>	103
5.1.3	<i>Présence dans le milieu agricole</i>	104
5.1.4	<i>La taille des municipalités</i>	106
5.2	RÉPARTITION SPATIALE DES PRODUITS MÉTIERS D'ART ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS	107
5.2.1	<i>Territorialisation de l'ensemble des produits métiers d'art issus de créneaux du patrimoine québécois dans les M.R.C.</i>	107
5.2.1.1	Zone Montréal et Montérégie	110
5.2.1.2	Zone Québec et Île-d'Orléans	111
5.2.1.3	Zone Laurentides, Lanaudière et Outaouais.....	111
5.2.1.4	Zone Saguenay-Lac-St-Jean et Haute-Côte-Nord	112
5.2.2	<i>Proximité des marchés</i>	112
5.2.3	<i>Présence dans le milieu agricole</i>	114
5.2.4	<i>La taille des municipalités</i>	115
5.3	LES M.R.C. LES MOINS PERFORMANTES	116
5.3.1	<i>Les M.R.C. les moins performantes en produits métiers d'art</i>	117
5.3.1.1	Proximité des marchés	118
5.3.1.2	Présence en milieu agricole	119
5.3.1.3	La taille des municipalités	121
5.3.2	<i>Les M.R.C. les moins performantes en produits bioalimentaires</i>	122
5.3.2.1	Proximité des marchés	123
5.3.2.2	Présence dans le milieu agricole	124
5.3.2.3	La taille des municipalités	125
5.3.3	<i>Les M.R.C. dont nous avons répertorié aucun produit</i>	126
	CONCLUSION	129
	BIBLIOGRAPHIE	133
	ANNEXES	143

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : L'impact de la mondialisation sur les entreprises	7
Tableau 2 : Catégories de production des produits bioalimentaires	28
Tableau 3 : Répartition des produits et des producteurs des catégories bioalimentaires	52
Tableau 4 : Les produits de la pomme	57
Tableau 5 : Les produits du raisin	58
Tableau 6 : Exemples de produits de la catégorie viandes et substituts	63
Tableau 7 : Exemples de produits de la catégorie autres	66
Tableau 8 : Répartition des produits et des producteurs des catégories métiers d'art	73
Tableau 9: Exemples de produits de la catégorie métaux	74
Tableau 10: Exemples de produits de la catégorie textile	78
Tableau 11: Exemples de produits de la catégorie autres	81
Tableau 12: Exemples de produits de la catégorie bois	84
Tableau 13: Exemples de produits de la catégorie céramique	87
Tableau 14: Exemples de produits de la catégorie cuir	90
Tableau 15: Exemples de produits de la catégorie verre	92
Tableau 16: Exemples de produits de la catégorie indéterminée	96
Tableau 17 : Les 15 meilleures M.R.C. productrices de produits bioalimentaires	98
Tableau 18 : Les 15 meilleures M.R.C. productrices de produits métiers d'art	108

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Nombre total des produits issus des créneaux du patrimoine inventoriés	46
Graphique 2 : Nombre total de producteurs produisant des produits issus des créneaux du patrimoine inventoriés	47
Graphique 3 : Nombre de produits en fonction de la catégorie bioalimentaire	48
Graphique 4 : Nombre de produits en fonction de la catégorie métiers d'art	49
Graphique 5 : Nombre de producteurs en fonction de la catégorie bioalimentaire	50
Graphique 6 : Nombre de producteurs en fonction de la catégorie métiers d'art	51
Graphique 7 : Sous-catégories de la catégorie fruits et légumes	53
Graphique 8 : Sous-catégories de la catégorie de produits viandes et substituts	62
Graphique 9 : Sous-catégories de la catégorie de produits autres	65
Graphique 10 : Sous-catégories de la catégorie métaux	74
Graphique 11 : Sous-catégories de la catégorie textile	77
Graphique 12 : Sous-catégories de la catégorie autres	80
Graphique 13 : Sous-catégories de la catégorie bois	83
Graphique 14 : Sous-catégories de la catégorie céramique	86
Graphique 15 : Sous-catégories de la catégorie cuir	89
Graphique 16 : Sous-catégories de la catégorie verre	91
Graphique 17 : Sous-catégories de la catégorie indéterminée	94
Graphique 18 : Nombre de produits bioalimentaires vs la distance entre les grands centres et les 30 plus importantes M.R.C.	104
Graphique 19 : % du total des produits bioalimentaires vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives	106
Graphique 20 : Nombre de produits bioalimentaires vs la taille des populations municipales	107
Graphique 21 : Nombre de produits métiers d'art vs la distance entre les grands centres et les 28 plus importantes M.R.C.	113
Graphique 22 : % du total des produits métiers d'art vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives	115
Graphique 23 : Nombre de produits métiers d'art vs la taille des populations municipales	116
Graphique 24 : Distance des grands centres des M.R.C. faibles productrice de produits métiers d'art	119
Graphique 25 : % du total des M.R.C. faibles productrices de métiers d'art vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives	120

Graphique 26: Nombre de M.R.C. faibles productrices de métiers d'art vs taille des populations municipales	121
Graphique 27 : Distance des grands centres des M.R.C. faibles productrice de produits bioalimentaires	124
Graphique 28 : % du total des M.R.C. faibles productrices de bioalimentaires vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives	125
Graphique 29 : Nombre de M.R.C. faibles productrices de bioalimentaires vs taille des populations municipales	126

LISTE DES CARTES

Carte 1 : M.R.C. de production des fruits et légumes	54
Carte 2 : M.R.C. des produits de la pomme	57
Carte 3 : M.R.C. de production de raisins	59
Carte 4 : M.R.C. de production des fruits des champs	61
Carte 5 : Les 17 meilleures M.R.C. de production de la catégorie des viandes et substituts	64
Carte 6 : Les 12 meilleures des M.R.C. de production de la catégorie autres	67
Carte 7 : Les 13 meilleures M.R.C. de production de la catégorie produits laitiers	69
Carte 8 : Les 9 meilleures M.R.C. de production de la catégorie pains et céréales	70
Carte 9 : Les M.R.C. de production de la catégorie élevage	72
Carte 10 : M.R.C. de production de la catégorie métaux	76
Carte 11 : Les M.R.C. de production de la catégorie textile	79
Carte 12 : Les M.R.C. de production de la catégorie autres	82
Carte 13 : M.R.C. de production de la catégorie bois	85
Carte 14 : M.R.C. de production de la catégorie céramique	88
Carte 15 : M.R.C. de production de la catégorie cuir	90
Carte 16 : M.R.C. de production de la catégorie verre	93
Carte 17 : M.R.C. de production de la catégorie indéterminée	95
Carte 18 : Les 30 meilleures M.R.C. productrices de produits bioalimentaires	100
Carte 19 : Les 28 meilleures M.R.C. productrices de produits métiers d'art	109
Carte 20 : Les 36 M.R.C. faibles productrices de produits métiers d'art	118
Carte 21 : Les 34 M.R.C. faibles productrices de produits bioalimentaires	123
Carte 22 : Les M.R.C. sans produits issus des créneaux du patrimoine	128

INTRODUCTION

Plusieurs entreprises ne peuvent faire face à l'homogénéisation des produits créée par la mondialisation, elles doivent alors se diversifier pour assurer leur survie. Ces entreprises pourraient alors utiliser l'approche particularisante du patrimoine comme source de diversification de leurs produits.

En examinant la littérature sur le sujet, nous nous sommes rendus compte rapidement qu'il était très difficile de trouver des écrits qui s'intéressaient au concept de patrimoine sous l'angle que nous voulions l'utiliser. En effet, la majorité des écrits que nous avons consultés faisaient référence au patrimoine bâti. Nous avons donc dû forger nous même une définition des créneaux du patrimoine à l'aide de plusieurs sources d'information.

Les créneaux du patrimoine québécois sont donc un sujet très peu connu, c'est pourquoi ce mémoire a pour objectif d'accroître nos connaissances sur ce phénomène. Nous y arriverons en répondant aux questions de recherche suivantes : Quels sont les produits issus des créneaux du patrimoine québécois ? Pouvons-nous les regrouper en catégorie ? Quelle est la répartition territoriale de ces produits ? Existe-t-il des facteurs qui peuvent expliquer cette répartition géographique ?

Nous avons dû partir à zéro en faisant un inventaire des produits en les répertoriant un à un car il n'existait pas de source telle que Statistique Canada ou le M.A.P.A.Q. qui nous procurait une solution clés en main. Les données que nous avons recueillies, nous ont permis de faire la répartition géographique des produits de chacune de ces catégories et d'analyser ces produits selon trois variables, soit la proximité des producteurs de leurs marchés, leur présence en milieu agricole et la taille de leur municipalité.

Ce mémoire est composé de cinq chapitres. Le premier chapitre traite de la problématique. Ensuite, suivent les chapitres renfermant le cadre théorique et la méthodologie. Le quatrième et le cinquième chapitres traitent de l'analyse, tout d'abord nous avons réalisé une analyse descriptive, puis finalement, nous nous sommes attardés à la répartition spatiale des produits issus de créneaux du patrimoine québécois.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

La mondialisation est le sujet de l'heure, elle est au coeur des préoccupations et des débats (Crevoisier 1996). Toutefois, il est difficile de définir simplement selon Mme Gagné et M. Lefèvre (1995) ce qui constitue exactement le phénomène de la mondialisation parce qu'il est inégal, multiple et récent. M. Olivier Crevoisier (1996) partage cet avis puisqu'il compare la mondialisation à une boîte noire même si celle-ci a fait l'objet de maints écrits. Il soutient que ces écrits s'entendent sur la description des faits mais qu'ils ne sont pas en mesure de nous faire comprendre véritablement la signification du phénomène de la mondialisation. Afin de démystifier ce phénomène de la mondialisation, les visions de M. Olivier Crevoisier (1996) et de M. Dalil Maschino (1991) seront expliquées.

Tout d'abord, voici le concept de mondialisation selon M. Crevoisier (1996). Il divise la mondialisation en deux types d'approches dichotomiques soit, les approches : homogénéisantes et particularisantes.

Les approches homogénéisantes s'inspirent de la théorie de l'évolution de Darwin. Selon cette façon de voir la mondialisation, seules les organisations les mieux adaptées et/ou

les plus fortes survivent à l'accroissement de pression causé par un environnement de plus en plus concurrentiel. Le concept de mondialisation peut donc s'interpréter comme un processus de sélection unidimensionnel qui s'impose à l'ensemble du système économique. Ce processus s'applique partout de façon uniforme, même si les impacts engendrés peuvent être différents d'un territoire à un autre. Bref, les espaces sont soumis à une force exogène qui les oblige à l'unicité (Crevoisier 1996).

Dans ce mémoire, nous nous attarderons davantage sur les approches particularisantes parce qu'elles sont directement liées au sujet étudié et qu'elles sont souvent laissées pour compte (Crevoisier 1996) dû au fait qu'il y a peu de littérature qui leur sont consacrées.

Les approches particularisantes se situent à l'opposé des approches précédentes parce qu'elles considèrent que la mondialisation représente une ouverture de l'environnement concurrentiel et pas seulement une oppression pour accéder à son uniformisation. Nous pouvons aussi les distinguer des approches homogénéisantes car elles considèrent possible l'acquisition d'un nouveau potentiel de développement en créant des niches et des avenues nouvelles et non pas seulement en améliorant les techniques de production et les produits actuels. Ce potentiel de développement devient donc imprévisible tant les possibilités sont illimitées. La différenciation ne doit pas se limiter seulement au niveau des biens et services, elle doit s'effectuer aussi au niveau de la création des ressources et dans l'organisation de la production (Crevoisier 1996).

En ce qui concerne M. Dalil Maschino (1991), il explique le phénomène de la mondialisation par les trois sortes d'impacts qu'elle génère sur les entreprises, les voici :

1) « La spécialisation au niveau de créneau et la multinationalisation des ventes »¹

Les entreprises doivent proposer des produits différenciés conçus en fonction des besoins spécifiques de groupes de consommateurs ciblés qui sont de plus en plus précis. Elles se doivent de multinationaliser leurs ventes car la saturation d'un segment de marché est vite faite. En effet, le produit conçu sur mesure pour un marché déterminé nécessite une production en petites séries; ce qui ne représente pas un grand nombre d'unités vendues comparativement au marché homogène d'autrefois. Donc, en exportant ces produits différenciés dans plusieurs pays, l'entreprise est en mesure de s'assurer de vendre le même nombre d'items que lorsqu'elle produisait en grande série. Par exemple, il y a quelques années, les consommateurs québécois n'avaient pas une grande panoplie de bières qui s'offraient à eux, à part bien sûr, celles des compagnies Labatt et Molson. Les barrières commerciales tombées entre les pays, des bières d'Allemagne, du Japon, de la Belgique sont devenues disponibles au Québec offrant ainsi aux consommateurs des bières aux goûts différents.

¹ MASCHINO, Dalil. (1991). *La mondialisation de l'économie et les changements dans l'organisation du travail au sein des entreprises au Québec*, Centre de recherche et de statistiques sur le marché du travail, Gouvernement du Québec, Ministère du Travail. P.32

2) « L'instabilité accrue de la demande des entreprises »²

La stabilité de la demande des entreprises est affectée par la mondialisation pour plusieurs raisons. Premièrement, parce que la multinationalisation des ventes entraîne des changements dans la part de marché détenue par les entreprises déjà établies dans un secteur et dans un pays donné, car elles voient arriver des concurrents provenant de plusieurs pays. Deuxièmement, la diversification géographique des ventes exigée par la mondialisation contraint les entreprises à être sous l'influence de plusieurs cycles économiques de différents pays. Finalement, étant donné que la production de produits différenciés destinés à des groupes de consommateurs spécifiques doit se faire en petites séries, elle est plus sujette aux variations : de modes, de salaires et de goûts de ceux-ci.

3) « Le raccourcissement du cycle de vie du produit »³

Étant donné la saturation rapide des ventes due à la taille des segments qui est relativement faible, les entreprises sont forcées d'innover plus régulièrement afin de se différencier de leurs concurrents. Cette fréquence de renouvellement des produits différenciés des segments spécialisés doit être accrue pour que les producteurs puissent maintenir leurs ventes.

² MASCHINO, Dalil. (1991). *La mondialisation de l'économie et les changements dans l'organisation du travail au sein des entreprises au Québec*, Centre de recherche et de statistiques sur le marché du travail, Gouvernement du Québec, Ministère du Travail. P.32

³ MASCHINO, Dalil. (1991). *La mondialisation de l'économie et les changements dans l'organisation du travail au sein des entreprises au Québec*, Centre de recherche et de statistiques sur le marché du travail, Gouvernement du Québec, Ministère du Travail. P.32

Nous pouvons constater que lorsque M. Crevoisier (1996) et M. Maschino (tableau 1) nous font part de leur vision du phénomène de la mondialisation, ils s'accordent tous les deux pour dire que la diversification est la règle pour les entreprises si elles veulent survivre.

Tableau 1 : L'impact de la mondialisation sur les entreprises

L'IMPACT DE LA MONDIALISATION SUR LES ENTREPRISES
<p><i>Production de courtes séries de produits différenciés.</i> <i>Production spécialisée pour des créneaux de marchés situés dans divers pays.</i></p>
<p><i>Raccourcissement du cycle de vie du produit</i> à la suite de la diffusion internationale rapide des innovations et de l'impact de la concurrence sur la différenciation des produits.</p>
<p><i>Instabilité accrue de la demande des entreprises</i> à cause de l'accroissement du nombre de concurrents internationaux, des innovations concurrentielles et des cycles économiques.</p>

Tableau tiré de MASCHINO, Dalil. (1991). *La mondialisation de l'économie et les changements dans l'organisation du travail au sein des entreprises au Québec*, Centre de recherche et de statistiques sur le marché du travail, Gouvernement du Québec, Ministère du Travail. P. 34

M. Régis McKenna (1992) ne se sert pas de la mondialisation pour nous parler du phénomène de la diversité, il utilise le comportement du consommateur. Selon lui, l'illusion pratique et accommodante d'un unique marché homogène est belle et bien révolue, de même que l'ère où la perception du monde était identique pour tous. Tant au niveau économique

que politique, la diversité devient maintenant la norme. Les nouvelles technologies sont responsables de cette situation car, depuis une quinzaine d'années, elles sont la source d'un nombre considérable de produits destinés à se loger dans différents créneaux et secteurs qui étaient jusqu'alors inconnus. Les consommateurs sont alors devenus plus exigeants et ils ont obtenu pour un produit qui était auparavant uniforme, plus de variétés et d'options. C'est pourquoi, le nombre d'entreprises s'est multiplié dans à peu près tout l'ensemble des secteurs d'activité pour être en mesure d'assouvir le goût des consommateurs pour la diversité. M. McKenna (1992) donne comme exemple un américain qui décide de faire l'achat d'une automobile doit choisir entre approximativement 300 types de véhicules différents dont chaque gamme offre diverses variations.

Les gestionnaires doivent changer au complet leur comportement et repenser de fond en comble leurs produits aux étapes de la conception, de la fabrication, de la commercialisation et de la vente, pour être en mesure d'affronter la diversité. Parce qu'aujourd'hui, les marchés sont trop fragmentés pour que les méthodes marketing éprouvées dans le passé procurent des résultats, surtout lorsqu'il s'agit de produits complexes qui sont bâtis sur une nouvelle technologie. En effet, les moyens de se garantir la fidélité des consommateurs ne résident plus dans l'attribution d'une marque pour un bien et de conquérir une partie d'un marché. Les moyens marketing utilisés dans le passé fonctionnant moins bien, il faut donc que les gestionnaires en utilisent de nouveaux, adaptés

à l'économie d'aujourd'hui. M. Régis McKenna (1992) définit le marketing à l'ère de la diversité comme suit :

- Plus d'options pour les producteurs de biens et plus de choix pour les consommateurs.
- Une différenciation moins évidente entre produits similaires.
- Une intensification de la concurrence, les efforts de promotion se ressemblant de plus en plus, comme s'il s'agissait de brouiller les pistes sur le marché.
- L'attribution de significations inédites aux mots ou expressions à mesure que les hommes de marketing essaient d'inventer une différenciation.
- La mise à disposition au consommateur d'une information lui permettant de s'y retrouver dans l'avalanche de données fournies par la presse, la télévision, les terminaux d'ordinateurs, le téléphone, les télécopieurs et les réseaux par satellite.
- L'apparition de commandes personnalisées à mesure que la fabrication flexible rend la production dans chaque créneau aussi économique que la production en série.
- La modification des moyens de pression à mesure que les économies d'échelle cèdent le pas aux économies découlant de la connaissance, connaissance des activités du client, des tendances actuelles et sans doute probables de la technologie, et enfin de l'environnement compétitif favorisant la mise au point rapide de nouveaux produits et services.
- La modification de la structure des sociétés à mesure que les grandes entreprises continuent de réduire leur taille afin de rivaliser avec les structures occupant des créneaux plus petits qui grignotent leurs marchés.
- La diminution des profits, c'est-à-dire la réduction du nombre d'occasions permettant de réaliser des gains gigantesques sur le marché des produits de grandes consommation, mais des possibilités accrues de réaliser des profits intéressants sur des marchés plus restreints. ⁴

⁴ McKENNA, Régis, (1992), Marketing l'ère de la diversité, Marketing sans frontière, Cahier spécial de Harvard l'Expansion, Publication du groupe l'Expansion, p.70-71

Ce type de marketing exploite des créneaux centrés sur des clients. Il consiste donc à faire le lien entre « les caractéristiques uniques d'un produit aux besoins uniques du client »⁵. Cette centralisation sur le client est une production personnalisée qui permet d'ajouter de la valeur au produit. Depuis quelques années, selon M. Marc-Urbain Proulx (1996b), nous voyons apparaître dans certains magasins des produits qui se différencient de la production de masse, grâce à un caractère particulier provenant de pays comme la Belgique, la France, le Japon, etc. En effet, les consommateurs sont à la recherche de plus en plus de « produits qui représentent un libellé distinct, un contenu original, une caractéristique singulière, une qualité particulière, une propriété spécifique... Surtout si le libellé possède une traditionnelle image de marque ou une distinction reconnue. »⁶ La mondialisation et l'engouement pour la diversité permettent donc à ces producteurs de biens, de récupérer la part de marché qu'ils ont pu perdre dans leur pays (si tel à été le cas) en raison de l'homogénéisation, en leur offrant plusieurs petites parts de marchés dans plusieurs pays. Ceci représente donc pour le Québec une excellente opportunité d'exporter ses biens à caractère particulier mais selon M. Marc-Urbain Proulx (1996b), le Québec exploite très peu cette facette de son personnage comparativement à la France qui tire sa notoriété de ces produits. Ce mémoire a pour but d'accroître nos connaissances sur le phénomène des produits issus des créneaux du

⁵ McKENNA, Régis, (1992), Marketing l'ère de la diversité, Marketing sans frontière, Cahier spécial de Harvard l'Expansion, Publication du groupe l'Expansion, p.77

⁶PROULX, Marc-Urbain (1996b). *Les créneaux du patrimoine et le développement des petits territoires ruraux au Québec*, Sommet économique Solidarité rurale, p. 5

patrimoine au Québec en répondant aux questions de recherche suivantes : **Quels sont les produits issus des créneaux du patrimoine québécois? Pouvons-nous les regrouper en catégorie? Quelle est la répartition territoriale de ces produits? Existe-t-il des facteurs qui peuvent expliquer cette répartition géographique?**

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

Ce cadre théorique a pour but de faire la lumière sur les concepts de patrimoine et de créneau. Premièrement, nous définirons le concept de patrimoine et de créneau. Deuxièmement, nous ferons le parallèle entre les définitions de ces deux concepts pour obtenir la définition d'un créneau du patrimoine. Finalement, nous examinerons les causes de l'essor des produits issus des créneaux du patrimoine.

2.1 Principales catégories de patrimoine

Le patrimoine renferme plusieurs volets. Nous tenterons dans les lignes qui vont suivre de faire la lumière sur les principales catégories de patrimoine, soit : le patrimoine bâti, le patrimoine immatériel vivant, le patrimoine ethnologique, le patrimoine social et la mémoire collective.

2.1.1 Patrimoine bâti

Le patrimoine bâti est l'aspect le plus connu du patrimoine. La mise en valeur du patrimoine bâti, selon Mme Van de Walle (1987), peut être dirigée vers les habitants et la vie locale (lorsqu'elle consiste en la restauration de vieux bâtiments, à la conception de matériels collectifs ou à l'aménagement des espaces publics) ou au public touristique (lorsqu'elle consiste en la conception de produits d'animation ou en l'aménagement de structures de logement). La mise en valeur du patrimoine bâti permet d'améliorer la recherche technique sur les anciens matériaux, la formation des artisans, etc.

2.1.2 Patrimoine immatériel vivant (savoirs et savoir-faire)

Comme il l'a été mentionné précédemment, le patrimoine ne se limite pas à la culture matérielle. En effet, selon M. Jean Simard⁷ (dans Lamontagne (1994)), les savoirs et savoir-faire qui ont permis la création et la mise en valeur d'un objet doit faire partie du patrimoine au même titre que ce dernier. Le bâtiment et les outils du potier sont indissociables de son art et de sa technique. Le Japon considère comme faisant partie du patrimoine les femmes et les hommes encore vivants qui sont perçus comme des « porteurs de traditions » soit parce qu'ils brillent dans l'exercice de leur art ou qu'ils sont les derniers ayant la capacité de le transmettre. « Le porteur de traditions est celui ou celle par qui s'opère le processus de

⁷ SIMARD, Jean dans LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. XI-XIV.

transmission; il détient en quelque sorte la clef réelle et symbolique de ce trésor que constitue notre héritage culturel immatériel. »⁸

M. Jean du Berger⁹ (dans Lamontagne (1994)) apporte une distinction au concept de « porteur de traditions » parce qu'il le catégorise en deux groupes différents : les porteurs de traditions actifs et passifs. Les porteurs de traditions passifs font figure de témoins alors que les porteurs de traditions actifs sont des praticiens. Ces derniers sont des porteurs authentiques car il n'y a pas d'entremise entre celui qui fait l'action et celui qui la transmet.

Mme Lamontagne constate qu'en dehors du Québec et du Canada, il semble y avoir une unanimité dans le monde, d'intégrer dans le concept d'identité culturelle l'importance du patrimoine tant matériel qu'immatériel. Le patrimoine vivant bénéficie depuis peu, d'efforts visant à le reconnaître, à l'encourager et à le revaloriser d'une manière durable. Par exemple, maintenant le Japon reconnaît légalement les porteurs de traditions et la mise sur pied aux

⁸ GENEST, Bernard dans LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. XV-XVI

⁹ DU BERGER, Jean dans LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. 26

Etats-Unis de l'American Folklife Center et l'Office of Folklife Programs qui sont des organismes de valorisation.

Les sources du savoir-faire sont très variées d'après Mme Van de Walle (1987). Par exemple, ils peuvent provenir d'activités agricoles (sylviculture, pêche, viticulture, élevage, cidriculture, etc...) ou d'activités artisanales et industrielles (chapellerie, coutellerie, construction navale, poterie, vannerie, etc...) ou d'activités culinaires ou médicales.

Selon Mme Lamontagne (1994) pour être en mesure de saisir la notion de patrimoine immatériel vivant, nous devons le prendre en compte simultanément dans quatre contextes.

Voici ces contextes :

1. Historique : permet « d'identifier la continuité et la transmission des savoirs et savoir-faire qui se sont dynamisés et perpétués à travers le temps dans un espace géographique et culturel. »¹⁰

¹⁰ LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. 7

2. Physique et naturel : désigne le lieu de l'action « dans la mesure où ces lieux constituent un habitat, un environnement naturel tant pour les agents de transmissions que pour la communauté et le groupe participant. »¹¹

3. Social : « La famille, le groupe d'appartenance, les membres de la communauté créent ce contexte. En eux et par eux se vit et se maintient une identité culturelle qui donne aux savoirs et savoir-faire non seulement une valeur sociale, mais une « valeur d'usage ». »¹²

4. Immédiat : « celui de la performance, renvoie au moment de l'action, de l'activité vécue dans le présent. Plus encore, il est du contexte fonctionnel, c'est-à-dire, environnement habituel. Pour l'applicabilité des recherches de terrain, il inclut l'état de la situation à travers les changements. Dans cette optique, la saisie du contexte immédiat devrait se réaliser par la réévaluation périodique de ce présent à l'aide d'analyses longitudinales. Le

¹¹ LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. 7

¹² LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. 8

contexte immédiat et fonctionnel est, en somme, le principal indicateur de changement et constitue le pouls du patrimoine immatériel, particulièrement de son caractère vivant. »¹³

2.1.3 Patrimoine ethnologique

Selon M. Rautenberg (1995) et la Fédération des parcs naturels de France et des Ministères de la culture et de l'environnement de la France (1982), le patrimoine ethnologique comprend la totalité des productions matérielles et immatérielles, des agents sociaux, des pratiques et des savoirs organisés qui proviennent de toutes les classes sociales, soit autant les résidents de quartiers chics que les leaders de politiques culturelles ou que les artistes. Le patrimoine ethnologique ne se limite donc pas uniquement aux groupes marginaux ou aux minorités.

La Fédération des parcs naturels de France et des Ministères de la culture et de l'environnement de la France (1982) ajoute que le patrimoine ethnologique d'un territoire est composé par l'ensemble des éléments qui édifie l'identité des groupes humains dont il est constitué. De plus, le patrimoine ethnologique aide à distinguer ces groupes les uns des autres.

¹³ LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. 8

La notion du patrimoine ethnologique provoque un chambardement dans la conception du patrimoine et de la culture parce qu'elle ne se repose pas sur un traitement scientifique de la culture. La relation unissant la société aux objets ou aux pratiques sociales inscrits dans la continuité de l'histoire est au centre de la démarche. En nous racontant de la façon dont les individus s'occupent des difficultés de la reproduction sociale et de leurs rapports à l'espace et au temps, les objets du patrimoine ethnologique y trouvent leurs significations. Ils ne la retrouvent pas dans des classes symboliques, techniques, esthétiques ou formelles.

Le patrimoine ethnologique focalise sur la collectivité, contrairement au patrimoine immatériel vivant qui peut se limiter à mettre l'accent sur peu d'individus à la fois puisqu'il s'agit de la transmission d'un savoir qui n'affectera probablement pas toute la collectivité.

2.1.4 Le patrimoine social

M. Rautenberg (1995) considère que le patrimoine social est constitué du patrimoine des « pauvres » (populaire) et du patrimoine des « riches » (classes dirigeantes). Chaque groupe social pour assurer sa survie doit élaborer un patrimoine en construisant des normes de reproduction, en bâtissant une mémoire collective, en créant des traditions culturelles, etc.

Le patrimoine social de type populaire a obtenu considérablement jusqu'à tout récemment et toujours à l'heure actuelle, une attention particulière des chercheurs et des

institutions de protection dont le patrimoine des « riches » n'a pas bénéficié selon M. Rautenberg (1995). Les formes culturelles de la reproduction sociale et symbolique des classes dirigeantes ne sont pas exhibées dans les musées comme c'est le cas pour les ouvriers. En effet, il est plutôt rare de voir des expositions consacrées au mode de vie des avocats du début du 20^e siècle comparativement à celui des fermiers ou des meuniers. Georges-Henri Rivière dénonce fréquemment la vision folklorisante qui domine au sein des plans de revivification des identités locales.

2.1.4.1 Folklore (culture populaire)

Pour être en mesure de définir le folklore nous devons préalablement préciser la notion de tradition. La tradition, selon M. Gérard Lenclud (dans Rautenberg (1995 :202)), n'est pas une « vérité » qui est infligée aux individus du temps présent. Elle est avant tout pour ces humains, une interprétation des événements qui les ont précédés et qui se développent continuellement. La tradition choisit les éléments du passé, elle les dispose différemment et leur attribue une signification pour le présent, suivant des manières de passation des héritages et de la mémoire socialement précisée. La tradition est, d'abord, un message culturel. Afin de l'analyser, nous ne devons pas débiter du passé vers le présent comme la démarche historique nous y convie, mais à l'inverse, remonter du présent au passé et suivre ainsi le chemin par lequel les individus l'ont établie. La difficulté n'est pas d'évaluer la rigueur des événements rapportés, mais de saisir leurs sens présentement dans des systèmes de représentation qui structurent une relation culturelle au temps et à la passation.

Le folklore (ou culture populaire) est la totalité des créations provenant d'une communauté culturelle bâtie sur la tradition, exprimées par un groupe ou par des personnes et identifiées comme correspondant aux espérances de la communauté en tant que manifestation de l'identité culturelle et sociale de celle-ci. Les normes et les valeurs se véhiculent verbalement, par imitation ou par d'autres façons. Ces méthodes comptent, entre autres, l'architecture, le parler, les coutumes, la littérature, la mythologie, la musique, les divertissements, les rituels, la danse, l'artisanat et d'autres arts. Cette définition de folklore a vu le jour lors de la 25^e conférence de l'UNESCO tenue à Paris en 1989¹⁴.

2.1.5 Mémoire collective

Selon Mme Van de Walle (1987), la mémoire collective est composée de l'ensemble des cultures orales d'une communauté. Voici les étapes pour mettre sur pied la mémoire collective d'une communauté : nous devons premièrement, réaliser un inventaire de leurs cultures orales, deuxièmement, il nous faut procéder à la diffusion de ce patrimoine, et finalement, nous devons le faire déclarer en tant qu'élément intrinsèque de la culture.

¹⁴ LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, p. 4

Les produits audio-visuels, les expositions, les écomusées, les musées, les spectacles sont des produits culturels dont la création permet d'assurer la mise en valeur du patrimoine de type mémoire collective. Ces produits culturels sont une source d'animation qui mène à la création d'emplois et d'activités contribuant ainsi au développement local.

La notion de mémoire collective ressemble beaucoup à celle du patrimoine immatériel vivant. La différence entre les deux concepts provient de leurs moyens de transmission. En effet, la mémoire collective est l'inventaire des cultures orales d'un peuple alors que le patrimoine immatériel vivant ne discrimine aucun moyen de transmission des cultures (orale, écrite, etc.).

2.2 Définition du patrimoine

Toutes les catégories de patrimoine explicitées précédemment représentent seulement un morceau du casse-tête de la définition du patrimoine. Pour avoir une définition complète du patrimoine, il nous faut rassembler tous ces morceaux. Voici la solution de ce casse-tête d'après Mme Van de Walle (1987), Mme Lamontagne (1994) et M. Rautenberg (1995).

Selon eux, le patrimoine est trop souvent associé uniquement à son aspect bâtiment alors que pour Mme Van de Walle (1987), Mme Lamontagne (1994) et M. Rautenberg (1995) le patrimoine c'est plus que des maisons restaurées. La définition qui suit permet de bien préciser les différents aspects du patrimoine. Le patrimoine: « est constitué par tous les

éléments qui fondent l'identité de chacun des groupes humains et contribuent à les différencier les uns des autres. C'est l'ensemble des agents sociaux, de biens matériels ou immatériels, de savoirs organisés, qui se sont élaborés, transmis, transformés sur un territoire donné. Faire l'inventaire de tous ces éléments impose de prendre en considération les traits les plus variés, allant des formes d'organisation économique et sociale aux savoirs techniques ou symboliques, des moyens de communication (tel la langue ou le dialecte) aux biens matériels, traits considérés dans chaque cas comme éléments d'un tout, ce qu'on appelle une culture. »¹⁵

Mme Van de Walle (1987), Mme Fortin (1995) et M. Rautenberg (1995) considère que le patrimoine joue un rôle essentiel, à titre de ressource territoriale, dans le développement local d'une communauté car il lui procure une identité. Cette identité provient de la mise en valeur du patrimoine parce que celui-ci engendre une image pour la communauté et une affinité entre les habitants. Mme Fortin (1995) ajoute que l'identité « est un processus dynamique car elle est en constante redéfinition à travers ses rapports avec les autres. »¹⁶ Chez les habitants jaillit un sentiment de fierté envers leur communauté parce qu'ils la reconnaissent, ils s'y identifient alors ils y adhèrent. Le dynamisme de cette

¹⁵ VAN DE WALLE, Isabelle (dir.) (1987). *Le patrimoine local, un outil de développement*, Paris, Association nationale pour le développement local et les pays, p. 6.

¹⁶ FORTIN, Marie-Josée (1995). *La mise en valeur du patrimoine bâti résidentiel, indicateur d'une revitalisation socio-économique*, Chicoutimi, Université du Québec à Chicoutimi, p. 4

communauté peut être évalué grâce au patrimoine que nous pouvons comparer à un tableau indicateur. Le patrimoine est d'une importance capitale pour une communauté car selon M. Rautenberg (1995), le « pays » cesse d'exister en même temps que se distendent les processus traditionnels de transmission du savoir et du pouvoir.

2.3 Définition de créneau du patrimoine

2.3.1 Qu'est-ce qu'un créneau?

Nous retrouvons dans le dictionnaire le Petit Larousse illustré 1990 (1989) une définition du concept de créneau. Il est défini comme : « un intervalle disponible entre deux espaces occupés... »¹⁷ La définition se rapportant plus spécifiquement au marketing tant qu'à elle décrit un créneau comme : « une place disponible sur le marché; segment de marché où peut être exploité un type de produit ou de service. »¹⁸

La différenciation d'un produit ou d'un service peut se faire de plusieurs manières selon M. Guerry (1995). Il est possible de procéder à une attaque frontale contre nos

¹⁷ LIBRAIRIE LAROUSSE (1989). *Petit Larousse illustré 1990*, Librairie Larousse, Paris, p. 276.

¹⁸ LIBRAIRIE LAROUSSE (1989). *Petit Larousse illustré 1990*, Librairie Larousse, Paris, p. 276.

concurrents en utilisant les mêmes règles du jeu qu'eux (marché global) ou de changer ces dernières pour développer des marchés-créneaux (marché sélectif).

En segmentant finement le marché de façon à définir des créneaux, jusqu'à présent mal ou non exploités par les concurrents actifs dans le même domaine, le principe de créneau permet d'éviter les affrontements entre producteurs rivaux de produits et de services. En défiant ainsi les règles du marché, la différenciation permet d'offrir un produit ou un service qui est ressenti comme exclusif auprès des consommateurs par rapport à ce qui lui est offert par les producteurs du même secteur d'activité. Elle repose sur une excellente connaissance de l'acheteur éventuel et des critères d'acquisition de celui-ci (critères d'image et critères d'utilisation). C'est pourquoi la différenciation n'a de valeur stratégique que si elle est connue par l'acheteur. À l'aide de produits et d'une démarche commerciale adaptés, les créneaux de marché en se différenciant de la masse sont en mesure de mieux répondre aux besoins d'un type particulier de consommateurs qui recherchent une approche spécifique.

2.3.2 Le créneau du patrimoine

Avant de définir ce qu'est un créneau du patrimoine, il est nécessaire de rafraîchir notre mémoire sur le concept du patrimoine. Voici la définition de ce concept selon Mme Van de Walle (1987), Mme Lamontagne (1994) et M. Rautenberg: « Le patrimoine est constitué par tous les éléments qui fondent l'identité de chacun des groupes humains et contribue à les différencier les uns des autres. C'est l'ensemble des agents sociaux, de biens

matériels ou immatériels, de savoirs organisés, qui se sont élaborés, transmis, transformés sur un territoire donné.»¹⁹

En intégrant les concepts de patrimoine et de créneau nous sommes donc en mesure de définir celui de créneau du patrimoine. Le créneau du patrimoine est un moyen que nous pouvons employer pour segmenter un marché en utilisant le patrimoine comme source de différenciation des produits offerts par la concurrence. En effet selon M. Lipiansky (1995) et M. Morel (1995), le patrimoine est une excellente source de différenciation parce qu'il forge l'identité d'un peuple. L'identité fait des gens des semblables, mais du même coup, elle permet de différencier cette communauté de gens des autres. Donc, les produits issus de créneau du patrimoine d'une région ou d'un pays sont nécessairement différents de ceux d'une autre région ou d'un autre pays. C'est pour cette raison que M. Proulx (1997a) avance que le patrimoine est une ressource qui offre un potentiel économique formidable en contexte de mondialisation parce que selon lui chaque peuple se différencie par son patrimoine.

Il existe plusieurs façons d'innover pour créer et développer un créneau selon Mme Chassagne (1995). Premièrement, il est possible faire une innovation de produit en concevant celui-ci à partir de ressources locales. Deuxièmement, nous pouvons moderniser

¹⁹ VAN DE WALLE, Isabelle (dir.) (1987). *Le patrimoine local, un outil de développement*, Paris, Association nationale pour le développement local et les pays, p. 6.

la manière traditionnelle de faire un produit en effectuant une innovation de processus. Troisièmement, il est possible d'innover au niveau du design du produit en changeant son image ou son apparence. Quatrièmement, nous avons la possibilité de faire une innovation de marché en renouvelant les méthodes commerciales. Finalement, il nous est possible de combiner plusieurs ou toutes ces méthodes pour arriver à nos fins.

L'opinion que M. Proulx (1996b) se fait des créneaux du patrimoine, s'apparente avec celle de Mme Chassagne (1995). Selon lui, le créneau du patrimoine peut prendre la forme: d'un libellé particulier qui a obtenu un prix réputé ou qui jouie d'une image de marque provenant d'une longue tradition, « d'un savoir-faire traditionnel, d'une main-d'œuvre spécialisée, d'une essence forestière particulière, d'une technologie appropriée, d'une compétence spécifique, d'une patente géniale, d'une recette de bon goût, d'un élément architectural du cadre bâti, d'une information privilégiée sur une opportunité, etc. »²⁰ Voici des exemples de produits issus des créneaux du patrimoine québécois : anguille fumée, crémant de pomme, fromage St-Benoît, hydromel, terrine de sanglier, courtepointe, chandelle en cire d'abeille, santons de Charlevoix, soupière en étain et vêtements en cuir de poisson.

²⁰ PROULX, Marc-Urbain (1996b). *Petits territoires, culture et la nouvelle économie*, Congrès du Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec à Carleton du 6 au 7 juin 1996, p. 5

2.4 Les catégories de produits issus des créneaux du patrimoine

Suite à l'inventaire que nous avons effectué, nous avons constaté que les produits recueillis s'inscrivaient dans deux catégories, soit les produits bioalimentaires et les métiers d'art. Il se pourrait qu'il existe d'autres catégories de produits issus des créneaux du patrimoine, mais nous ne sommes pas en mesure de les identifier pour le moment. Dans les lignes qui vont suivre, nous allons décrire en quoi consistent les deux catégories de produits que nous avons identifiés.

2.4.1 Les produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine québécois

Selon le Ministère de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation du Québec (M.A.P.A.Q.) (1994), les produits bioalimentaires sont : « un ensemble des produits d'alimentation primaire ou de transformation, incluant les produits agricoles et marins »²¹. La différence entre les produits agricoles et les produits bioalimentaires est que ces derniers incluent les produits venant de la mer tels que les poissons et les crustacés.

Il existe plusieurs catégories de production des produits bioalimentaires d'après le M.A.P.A.Q. (1994), les voici :

²¹ M.A.P.A.Q. (1994). Vocabulaire du marketing. Direction du développement des marchés, p. 20.

Tableau 2 : Catégories de production des produits bioalimentaires

Catégories de production	Définition
Production primaire	Tous les produits bioalimentaires qui n'ont subi ni conditionnement ni transformation. Ex. : pomme nature, pomme de terre en vrac qui sera acheminée au conditionneur ou au transformateur.
Production secondaire	Tous les produits bioalimentaires qui ont subi une première transformation et qui peuvent être offerts aux consommateurs. Ex.: Lait, fromage, pomme de terre lavée, broyée, vendue en sacs de divers formats.
Production tertiaire	Tous les produits transformés qui sont combinés avec d'autres produits ou qui ont subi un deuxième conditionnement spécifique. Ex.: Yogourt aux fraises, mets préparés congelés.
Production bioalimentaire de 4e transformation « fresh out »	Produits frais conditionnés ou préparés en mets prêts à utiliser. Ex.: Sachets de salades de divers styles.

Tableau tiré de M.A.P.A.Q. (Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec) (1994). Vocabulaire marketing, Directions du développement des marchés du M.A.P.A.Q., page 20.

2.4.1.1 Les catégories de produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine québécois

Les catégories de produits bioalimentaires qui ont été recueillis proviennent des quatre groupes alimentaires du guide alimentaire canadien de Santé Canada (1990), soit les fruits et légumes, les pains et céréales, les viandes et substituts et les produits laitiers. Les catégories élevages et autres ont été ajoutées à celles du guide alimentaire canadien.

2.4.1.1.1 La catégorie élevage

La catégorie élevage contient des animaux qui sont élevés pour leur beauté, pour assurer la perpétuation de leur espèce et non pour leur chair. Cette partie de notre inventaire est composée des animaux suivants : daim, martre, mouflon, renard, sanglier, vison et wapiti.

2.4.1.1.2 La catégorie fruits et légumes

Les produits que nous avons inventoriés dans cette catégorie sont des fruits et légumes. Voici quelques uns des principaux produits que nous avons répertoriés : cidre, vin blanc, confiture, crémant de pomme, vinaigre de cidre, gelée de fruits, etc.

2.4.1.1.3 La catégorie pains et céréales

Cette catégorie contient des aliments à base de céréales. On retrouve donc dans cette catégorie des produits comme : la bière, la farine de sarrasin, le pain artisanal et les céréales de table.

2.4.1.1.4 La catégorie produits laitiers

La catégorie des produits laitiers est composée du lait d'animaux et de ses produits dérivés. Parmi les produits que nous avons inventoriés dans cette catégorie se trouve les

suivants : lait de chèvre, yogourt de chèvre, les fromages : camembert, cheddar, chèvre, brie, Migneron de Charlevoix, Oka, etc.

2.4.1.1.5 La catégorie viandes et substituts

Les viandes et substituts est la catégorie qui est composée de : viandes rouges, volailles, crustacés, poissons et légumineuses. Voici quelques exemples de produits appartenant à cette catégorie : saumon fumé, homard, sanglier, pintade, morue fumée, farine de poissons, etc.

2.4.1.1.6 La catégorie autres

La catégorie autres, tant qu'à elle, est une catégorie fourre-tout où lorsqu'il nous était impossible de classer un produit selon les catégories existantes du guide alimentaire canadien et que ce produit ne consistait pas à de l'élevage. La catégorie autres comprend des produits très variés tel que : le miel, le sirop d'érable, l'hydromel, la tisane, le propolis, les chocolats fourrés et les confiseries.

2.4.2 Les produits des métiers d'art issus des créneaux du patrimoine québécois

La deuxième catégorie des produits issus des créneaux du patrimoine québécois est celle des Métiers d'art. Voici la définition des métiers d'art selon le Conseil des métiers d'art du Québec : « La production d'œuvres originales, uniques ou en multiples exemplaires,

destinées à une fonction utilitaire, décorative ou d'expression et exprimés par l'exercice d'un métier relié à la transformation du bois, du cuir, des textiles, des métaux, des silicates ou de toute autre matière. »²²

Le Conseil des métiers d'art du Québec classe les produits des métiers d'art neuf catégories distinctes : bois, céramique, construction textile, impression textile, cuir et peaux, verre, métaux, autres et la dernière catégorie étant papiers, estampes et reliure. Les métiers d'art que nous avons répertoriés ont été catégorisés d'une manière différente de celle du Conseil des métiers d'art du Québec. Ils sont toujours catégorisés en fonction de leurs matières premières, soit les métaux, le bois, le verre, la céramique, le cuir, le textile, les autres (ex. : pierre, papier, etc.) et les indéterminés, mais quelques changements ont été apportés. Premièrement, la catégorie indéterminé a été construite afin de répertorier les produits dont il nous était impossible de connaître la matière première utilisée selon les sources d'information que nous avons utilisées pour bâtir cette inventaire. Deuxièmement, les deux catégories de construction textile et impression textile ont été regroupées pour constituer la catégorie textile. Finalement, notre catégorie autres, inclus les papiers, les estampes, les reliures, les matières naturelles comme les fleurs séchées, les lichens et autres.

²² GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (1988). *Loi S32.01 sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs.*

Tout d'abord, ces changements ont été effectués afin de réduire le nombre de catégories. Par exemple, la catégorie impression textile et la catégorie papiers, estampes et relieures n'étaient pas assez significatives pour justifier à elle seule le maintien de leur catégorie selon les données que nous avons recueillies. Puis, nous avons voulu respecter la composition en matières premières des produits. Selon nous les catégories construction textile et impression textile font toutes les deux référence à de la matière première à base de textile c'est pourquoi nous les avons fusionnées. Finalement, les fusions de catégories ont été effectuées aussi pour simplifier notre tâche. Prenons l'exemple des textiles, nous n'étions pas toujours capable de savoir s'il s'agissait juste de construction textile ou qu'il y avait aussi de l'impression textile.

2.4.2.1.1 La catégorie bois

La catégorie bois comprend des bois de plusieurs essences telles que le chêne, l'érable, le merisier, des bois exotiques provenant d'autres pays tels que le tek, etc. Cette partie de notre inventaire est composée des produits suivants : meuble, stylo, sculpture, collier, coffret, horloge, etc.

2.4.2.1.2 La catégorie céramique

Les produits que nous avons inventoriés dans cette catégorie sont fabriqués à partir de matières céramiques. Les matières céramiques que nous avons retrouvées dans notre inventaire sont celles-ci : béton, argile, porcelaine, plâtre, grès, céramique, ciment, majolique

et faïence. Les principaux produits que nous avons inventoriés sont les suivants : bol, vase, théière, figurine, chandelier, pendentif, etc.

2.4.2.1.3 La catégorie cuir

Cette catégorie contient des produits à base de cuir et de peaux. Il s'agit de cuirs et de peaux d'animaux tels que la vache, l'agneau, le vison et même la morue. On retrouve donc dans cette catégorie des produits comme des : chaussures, sacs, bijoux, reliures d'art, mocassins, porte-documents.

2.4.2.1.4 La catégorie indéterminée

La catégorie indéterminé a été construite afin de répertorier les produits dont il nous était impossible de connaître la matière première utilisée selon les sources d'informations que nous avons utilisées pour bâtir cet inventaire. Cette catégorie compte dans ses rangs plusieurs produits tels que : sculpture, chapeau, pendentif, broche, art amérindien, artisanat, etc.

2.4.2.1.5 La catégorie métaux

La catégorie des métaux est composée de plusieurs métaux et alliages tels que : laiton, niobium, or, argent, bronze, platine, titane, acier, aluminium, cuivre, étain et fer. Parmi les produits que nous avons inventoriés dans cette catégorie se trouve les suivants : meuble, murale, girouette, vase, bijoux etc.

2.4.2.1.6 La catégorie textile

Le textile est la catégorie qui est composée de fibres naturelles et artificielles telles que : la soie, la laine, le mohair, le velours, le lin, le lurex, le polyester, la rayonne, etc. Voici une liste de produits appartenant à cette catégorie : tricot, foulard, kimono, chapeau, étui, reliure d'art, etc.

2.4.2.1.7 La catégorie autres

La catégorie autres, tant qu'à elle, est une catégorie fourre-tout que nous avons créée lorsqu'il nous était impossible de classer un produit selon les catégories de matériaux existants mais que nous connaissions la matière première utilisée. Cette catégorie compte plusieurs types de matières différentes telles que : les fleurs séchées, l'acrylique, les algues, les bois de cervidés, la cire d'abeille, la corne naturelle, etc. La catégorie autres contient plusieurs produits dont les suivants : une tirelire, un signet, une boîte, une lampe, etc.

2.5 Causes qui provoquent l'essor des produits issus des créneaux du patrimoine

Voici les causes qui font en sorte que les produits issus des créneaux du patrimoine connaissent un essor depuis quelques années.

2.5.1 Conjoncture économique favorable :

L'O.C.D.E. (1995) a constaté que les dépenses allouées aux biens de consommation ont connu une augmentation considérable. Elles sont principalement dûes à l'accroissement

rapide du revenu disponible des habitants des pays membres de l'O.C.D.E. (Allemagne, Canada, France, Suisse, Mexique, etc.). Il a été établi dans une étude effectuée par l'O.C.D.E. en 1994²³ que la demande pour les produits issus des créneaux du patrimoine est fortement corrélée positivement avec le niveau de revenu des individus. (Clemenson 1995)

2.5.2 Conjoncture agricole propice à la diversification :

Les produits primaires ont fait et font encore présentement l'objet d'une offre qui excède leur demande. Afin d'éviter que trop de ces producteurs en souffrent, plusieurs pays ont mis en place une politique agricole fixant des quotas de production, il y a plusieurs années. Ceci a résulté pour bon nombre d'agriculteurs de voir leur production plafonnée de même que leurs revenus. Selon Mme Van de Walle (1987), Mme Clemenson (1995) et l'O.C.D.E. (1995) les producteurs n'ont d'autre choix que de diversifier leurs activités à l'aide de nouveaux produits s'ils veulent accroître leurs gains. C'est pourquoi ces activités complémentaires connaissent un important essor. La vente de ces produits transformés directement aux consommateurs devient indispensable pour les producteurs. Il peut s'agir d'organiser des visites de leur exploitation pour le public ou d'ajouter de nouvelles productions (fines herbes, champignons, vignes...), etc. Les producteurs peuvent trouver dans le patrimoine une source intarissable d'activités qui viendraient utiliser les ressources inutilisées de leur entreprise selon Mme Van de Walle (1987). Par exemple, un producteur

²³ O.C.D.E. (1994) La contribution des aménités au développement rural, publication de l'O.C.D.E., Paris, France.

laitier dont le rendement de ses bêtes est bien au-dessus des quotas qui lui sont imposés pourrait utiliser son surplus de lait pour fabriquer du fromage selon la recette traditionnelle de son grand-père.

2.5.3 « La préexistence des savoir-faire »²⁴

Il est beaucoup plus facile de relancer une activité que d'en faire la création parce qu'il y a une préexistence des savoir-faire. En effet, cette compétence locale à maîtriser les procédés de fabrication constitue un avantage considérable. Lorsque cette compétence est présente dans le milieu, cela permet à l'entrepreneur de sauver temps et argent puisqu'il ne commence pas à zéro parce que le procédé de fabrication est connu et qu'il peut se dispenser de la phase de la formation. Si toutefois, il existe un besoin de formation, la personne qui détient le savoir-faire est en mesure de le faire partager. Ceci peut permettre d'assurer la formation localement des ouvriers et ainsi éviter des frais supplémentaires. Cependant, il arrive fréquemment que le savoir-faire (patrimoine) soit perdu parce que la production a cessé depuis bon nombre d'années. (Van de Walle (1987))

²⁴ VAN DE WALLE, Isabelle (dir.) (1987). *Le patrimoine local, un outil de développement*, Paris, Association nationale pour le développement local et les pays, p. 43

2.5.4 La recherche de produits individualisés

Le consommateur est de plus en plus exigeant et il recherche plus fréquemment que dans le passé des produits individualisés. De plus, la segmentation de marchés et l'emploi de concepts innovateurs pour la fabrication de produits sont monnaie courante. (O.C.D.E 1995)

2.5.5 « Une bonne adaptation au milieu »²⁵

La possibilité d'avoir localement une source de matières premières constitue un atout non négligeable pour un milieu selon Mme Van de Walle (1987). Surtout si une de ces matières premières ne peut être extraite que de ce milieu comme c'est le cas pour le liège. La production (culture) de produits bioalimentaires nécessite plus particulièrement une excellente adaptation à son milieu, ne serait ce qu'en raison des conditions climatiques. Par exemple, un producteur de prunes qui établit ses installations à Sept-Îles ne récoltera probablement aucun fruit tandis que s'il s'établit à St-Hyacinthe, où le climat est plus clément, il obtiendra certainement une meilleure récolte.

Il peut arriver de temps à autre que dans un milieu l'utilisation de méthodes tirées du patrimoine peut être nécessaire pour assurer une bonne adaptation de la production au

²⁵ VAN DE WALLE, Isabelle (dir.) (1987). *Le patrimoine local, un outil de développement*, Paris, Association nationale pour le développement local et les pays, p. 44

milieu. Par exemple, en France, l'Association pour le Maintien des Activités en Montagne a été créée dans le but de soutenir la présence de la vie et de l'agriculture dans le Conflent. Le Conflent est une zone de montagne située dans la région de Languedoc-Roussillon. Cette association enseigne entre autres aux exploitants agricoles les techniques de la traction à l'aide de bétail, de l'ensemencement manuel, etc. Certains penseront qu'il s'agit d'une vision archaïque mais dans le Conflent l'emploi de d'autres procédés se révèlent inapplicables. Cependant, la bonne adaptation au milieu n'implique pas automatiquement que cette activité patrimoniale ne peut être utilisée dans un autre endroit. Si c'était le cas, ce milieu jouirait d'une exclusivité. (Van de Walle (1987))

2.5.6 L'emploi d'images de référence

L'emploi d'images de référence facilite l'essor de créneaux du patrimoine. Il existe deux sources d'images de référence. La première est l'emploi d'une image de marque déjà établie. Par exemple, Limoges en France est une ville dont l'existence est associée à la porcelaine. Le seul fait d'apposer le nom de cette ville sur le produit donne à celui-ci une grande crédibilité sur sa qualité. La qualité est suggérée par le nom, elle n'est pas garantie. Elle peut l'être, s'il y a une réglementation sur le nom comme les Appellations d'origine contrôlées. Ici, il n'est pas question de la relance de la production de porcelaine dans cette ville mais de justifier l'atout que représente le nom Limoges lorsqu'il est associé à la porcelaine. (Van de Walle 1987)

La deuxième source d'images de référence est celle des images territoriales. Le recours à la symbolique d'un territoire est susceptible de développer une identité territoriale. Toutefois, il n'est pas essentiel que cette symbolique territoriale fasse l'objet d'une certification d'origine ou d'un label. Afin qu'une communication territoriale puisse agir, il faut qu'elle soit appuyée sur des zones territoriales jouissant d'une puissante image. Il est aussi possible d'utiliser des éléments symboliques de ces zones (une statue célèbre, site géographique unique, etc.). Par exemple, il y a un dessin qui représente les Alpes sur l'étiquette de la bouteille d'eau minérale Evian. Grâce à ce dessin, l'eau Evian est devenue indissociable de la représentation que les consommateurs se font des Alpes. En effet, cette symbolique territoriale donne à l'eau Evian une garantie illusoire de qualité et de performance. Encore ici, cette garantie est utopique parce qu'il ne s'agit pas d'une Appellation d'origine contrôlée. (Guerry dans O.C.D.E. (1995))

2.5.7 La présence de la demande

Selon Mme Van de Walle (1987), l'évolution de la demande des consommateurs a provoqué une demande pour les produits issus des créneaux du patrimoine parce que ceux-ci sont en mesure de proposer un degré de qualité plus élevé par rapport à celui offert par les produits fabriqués en production de masse. Une catégorie de consommateurs sont en ce moment, avides de produits du terroir et vrais afin d'assouvir leur désir de produits authentiques. M. Guerry (dans O.C.D.E. (1995)) ajoute que ce qui fait la différence aux yeux d'un consommateur entre un produit issus des créneaux du patrimoine et les produits

industriels c'est : la garantie de la qualité, la présence d'un label et le coût d'achat plus dispendieux.

L'OC.D.E. (1995) et Mme Clemenson (dans O.C.D.E. (1995)) signalent que le producteur de produits issus des créneaux du patrimoine doit continuellement concevoir des produits nouveaux pour sa clientèle cible, tenter d'élargir celle-ci et actualiser ses produits pour qu'il puisse suivre les nouvelles vogues et tendances en raison du dynamisme et de l'évolution perpétuelle des créneaux spécialisés.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Cet inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine au Québec et de leurs producteurs a été réalisé au cours de l'été et de l'automne 1996. Nous avons comme objectifs : tout d'abord, d'inventorier le nombre le plus exhaustif possible de produits québécois tirés des créneaux du patrimoine et de leurs producteurs et finalement, de les localiser géographiquement. Ceci afin de démontrer l'ampleur de ce phénomène au Québec. À la lumière des données recueillies deux grandes classes de créneaux du patrimoine ont été formées, soit les produits bioalimentaires et les produits tirés des métiers d'art.

Les sources d'informations communes aux classes bioalimentaires et métiers d'art qui ont été utilisées pour la construction de cet inventaire sont : les guides de toutes les régions touristiques du Québec (19), des dépliants publicitaires et des articles ou des publicités publiés dans des journaux. Les sources d'informations exclusives aux produits bioalimentaires sont tirées de deux répertoires qui proviennent du Centre de recherche industriel du Québec (C.R.I.Q.), soit le Répertoire des entreprises et des produits bioalimentaires du Québec 1994 et le Répertoire des entreprises de transformations et de

distributions de produits bioalimentaires du Saguenay-Lac-St-Jean 1995. Seuls les produits provenant des métiers d'art furent tirés du répertoire : Les artisans (nes) professionnels en métiers d'art du Québec 1994. Les mises à jour effectuées pour ce répertoire en 1995 ont été incluses dans le traitement de cette source d'information. Les informations qui furent recueillies sont les suivantes :

- le nom et la classe (bioalimentaire ou métier d'art) du produit tiré des créneaux du patrimoine;
- le nom, la région administrative, la M.R.C., la population de la municipalité, l'adresse postale et ainsi que le numéro de téléphone de son producteur.

3.1 Limites de la recherche

Lors de la réalisation de ce mémoire de maîtrise nous avons fait face à deux types de limites : les limites concernant le cadre théorique et celles s'appliquant à la réalisation de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine.

3.1.1 Limites du cadre théorique

Tout d'abord, notre plus grande difficulté à été de trouver des écrits qui nous permettaient de formaliser les concepts que nous allions utiliser pour cette recherche lorsque nous avons bâti notre cadre théorique. Nous avons constaté que bien peu d'auteurs osaient donner une définition du concept de patrimoine. De plus, la majorité de la littérature que

nous avons trouvée sur le patrimoine faisait référence au patrimoine bâti. En effet, nous avons noté la quasi absence de textes faisaient référence aux autres catégories de patrimoine telles que les patrimoines : immatériel vivant, ethnologique, social ou mémoire collective, soit les catégories qui nous intéressaient le plus pour l'élaboration du cadre théorique et de notre inventaire. Enfin, un grand pourcentage des articles recensés faisaient référence à des expériences pratiques tels que des études de cas ou des projets de mise en valeur du patrimoine alors que nous avions plus besoin d'articles à contenu davantage théorique. Mme Marie-Josée Fortin (1995) signale que la pauvreté d'écrits théoriques sur le concept de patrimoine peut devenir une entrave sérieuse à l'avancement de la réflexion sur ce sujet.

3.1.2 Limites de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois

Lors de la prise de cet inventaire nous avons rencontré plusieurs limites. Premièrement, l'information que nous voulions recueillir n'était pas disponible d'où la nécessité de réaliser cet inventaire. La rareté de cette information auprès d'organismes reconnus comme Statistique Canada, Statistique Québec ou le M.A.P.A.Q. s'explique par le fait que les entreprises visées sont d'une très petite taille. Deuxièmement, cet inventaire bien qu'exhaustif ne comprend pas tous les produits tirés des créneaux du patrimoine québécois parce que plusieurs entreprises opèrent leurs activités de façon saisonnière et que parfois ces producteurs considèrent leurs activités comme un hobby. Troisièmement, plusieurs sources de renseignements proviennent du domaine touristique, donc les producteurs qui ne font pas

de visite de leurs installations ou qui ne font pas de publicité sont difficilement identifiables. Quatrièmement, il peut arriver que certaines localités soient mieux représentées au niveau de la publication touristique. Ceci peut expliquer pourquoi quelques produits ont échappés à notre cueillette dans des régions où celle-ci était moins explicite. Cinquièmement, le temps alloué pour la réalisation de cet inventaire se limitait à quatre mois. Et finalement, cet inventaire a été réalisé avec des moyens financiers minimes.

CHAPITRE IV

ANALYSES DESCRIPTIVES

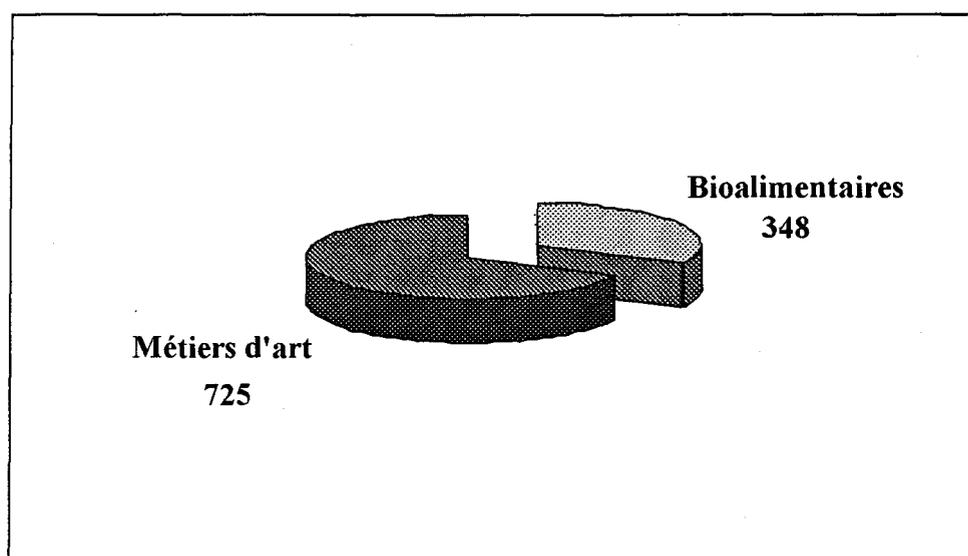
4.1 Produits et producteurs des produits issus des créneaux du patrimoine québécois

Nous avons effectué un inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine au Québec. Nous avons inventorié 1 073 produits différents ainsi que 1 046 producteurs qui oeuvrent dans les créneaux du patrimoine au Québec (graphiques 1 et 2). Certains produits spécifiques sont fabriqués par plusieurs producteurs; alors que certains producteurs fabriquent plusieurs produits à la fois. Nous constatons ainsi que plus de mille unités forment actuellement ce champ d'activités économiques au Québec. Pour le moment, nous ne connaissons pas le nombre d'emplois générés, la valeur ajoutée, la valeur des exportations, etc. Nous pouvons néanmoins saisir qu'il s'agit d'un champ d'activités déjà non négligeable. Notre inventaire se divise en deux catégories de produits issus des créneaux du patrimoine au Québec, soit celle du bioalimentaire et celle des métiers d'art.

À l'aide du graphique 1, nous pouvons constater que 68% des produits inventoriés lors de notre cueillette de données proviennent de la catégorie des métiers d'art comparativement à 32% pour les produits de la catégorie bioalimentaire. Le nombre important de produits

inventoriés de la catégorie métiers d'art peut être expliqué par la qualité de l'information disponible versus celle disponible sur les produits bioalimentaires. En effet, lors de notre cueillette de données sur la catégorie métiers d'art nous avons un extraordinaire outil qui est le répertoire *Les artisans et artisanes professionnels en métiers d'art du Québec (1994)*. À notre connaissance, il n'existe pas un tel outil d'information pour les produits et les producteurs de la catégorie bioalimentaire car nous avons dû glaner l'information dans plusieurs documents différents.

Graphique 1 : Nombre total des produits issus des créneaux du patrimoine inventoriés

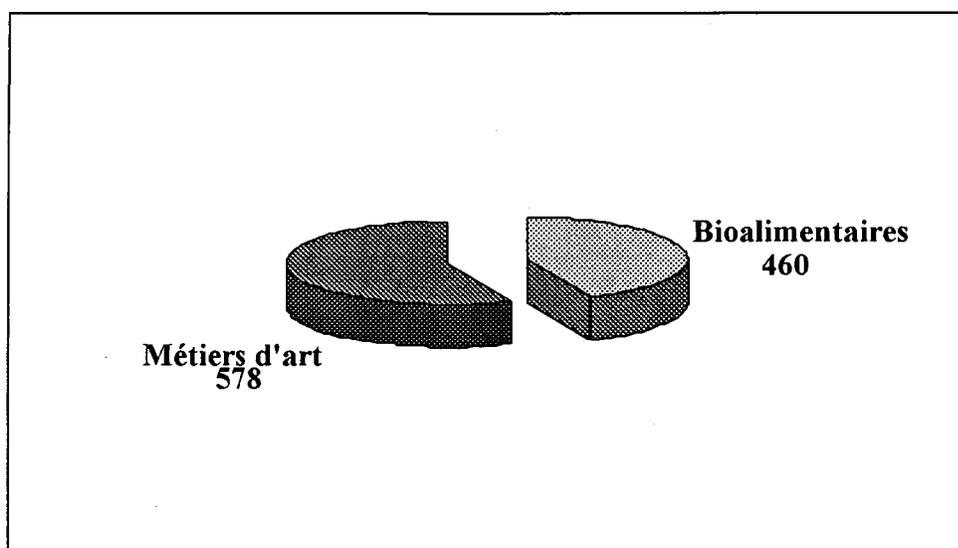


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

À la lumière des résultats fournis par le graphique 2, il est démontré que 56% des producteurs que nous avons inventoriés proviennent de la catégorie métiers d'art et que 44% des producteurs sont de classes bioalimentaires. Nous pouvons donc constater que les

producteurs en métiers d'art fabriquent en moyenne plus de produits que les producteurs de bioalimentaires. Par contre, nous ne pouvons dans le cadre de cette recherche donner les raisons qui font en sorte que les producteurs en métiers d'art produisent plus de produits que les producteurs de bioalimentaires.

Graphique 2 : Nombre total de producteurs produisant des produits issus des créneaux du patrimoine inventoriés



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

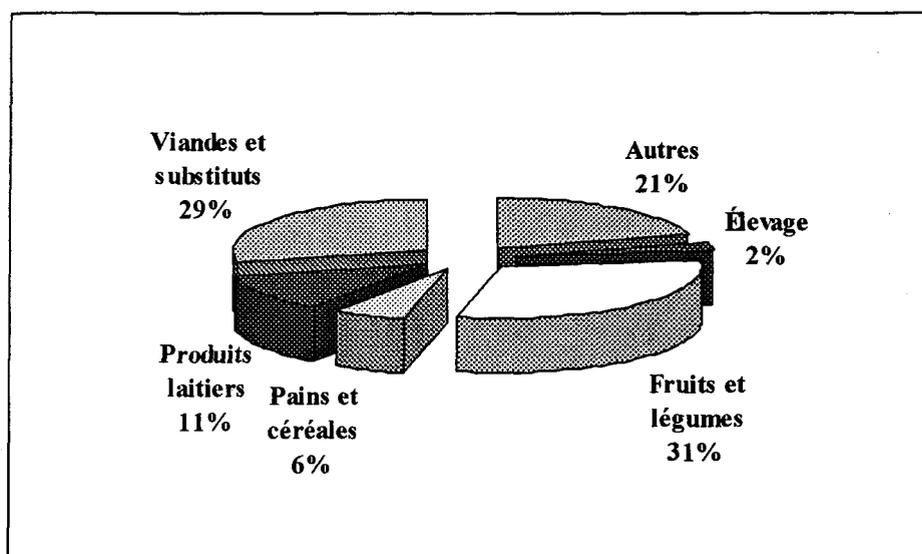
4.1.1 Les produits

4.1.1.1 Les produits bioalimentaires

Nous avons inventoriés 348 produits différents dans la catégorie bioalimentaire, ils se séparent selon les classes suivantes : autres, élevages, fruits et légumes, pains et céréales, produits laitiers et viandes et substituts. En examinant le graphique 3, nous pouvons

constater que les catégories principales sont les fruits et légumes avec 108 produits, suivis des viandes et substituts avec 100 produits et finalement, la catégories autres avec 72 produits. Les autres catégories sont quasi négligeables car en utilisant seulement ces trois catégories, nous détenons plus de 80% des produits inventoriés.

Graphique 3 : Nombre de produits en fonction de la catégorie bioalimentaire



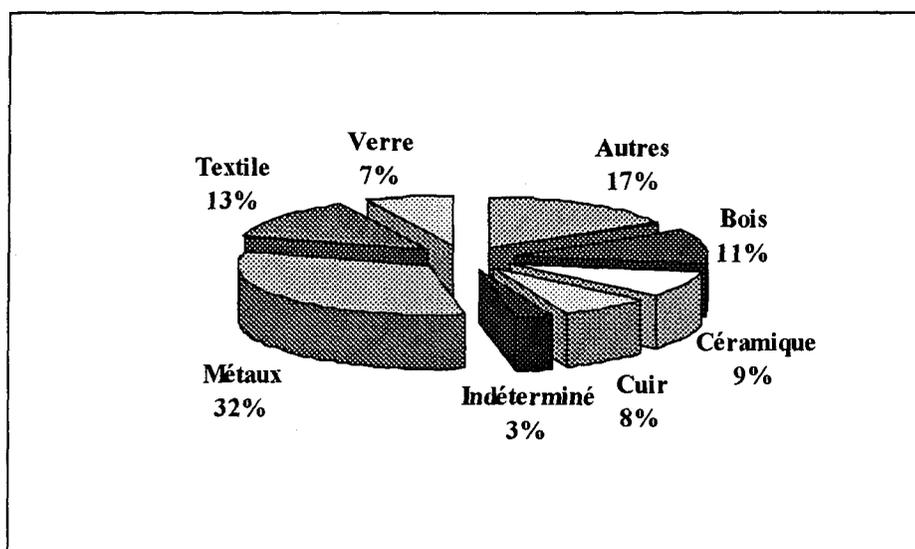
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.1.1.2 Les produits métiers d'art

Une fois l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois compilé, nous avons retrouvé 725 produits. Ces produits se répartissent dans des catégories qui ont été établies en fonction de leur matière première. Les voici : bois, céramique, cuir, indéterminé, métaux, textile, verre et autres. La catégorie métaux est vraiment dominante

par rapport aux autres car avec ses 234 produits, elle occupe à elle seule près du tiers des produits inventoriés (voir graphique 4). La deuxième catégorie en importance est la catégorie autres avec 121 produits. Elle renferme des produits composés majoritairement de : pierre, papier, os, minéraux et plastique. Les autres catégories de métiers d'art sont sensiblement égales en terme de nombre de produits.

Graphique 4 : Nombre de produits en fonction de la catégorie métiers d'art



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

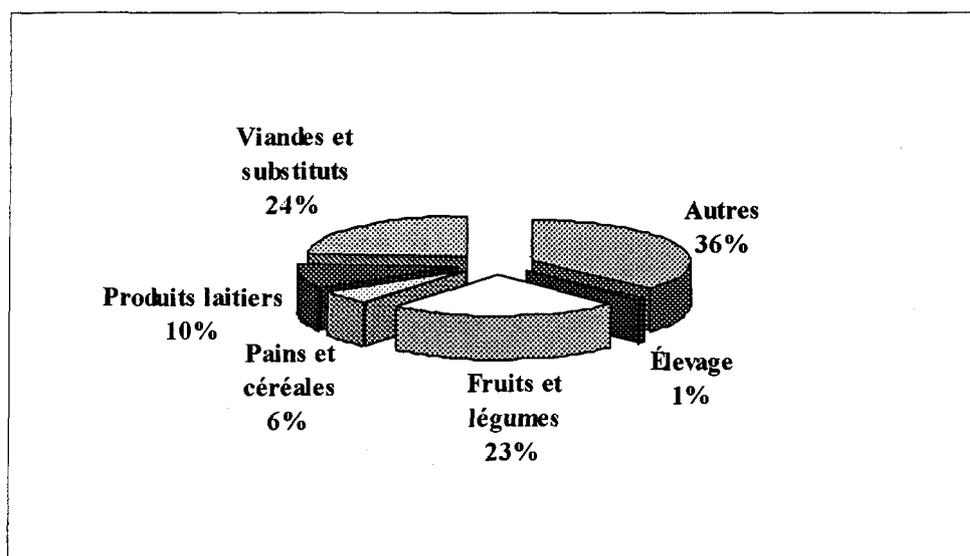
4.1.2 Les producteurs

4.1.2.1 Les producteurs bioalimentaires

Avec ses 178 producteurs, la catégorie autres est la plus importante (graphique 5). Ces producteurs oeuvrent principalement dans le domaine des produits de l'érable, du miel et du chocolat. La classe des viandes et substituts et celle des fruits et légumes sont sensiblement

de la même taille. En examinant le graphique qui suit nous pouvons constater que les catégories produits laitiers, pains et céréales et élevage sont pratiquement négligeables par rapport aux catégories ci-haut mentionnées.

Graphique 5 : Nombre de producteurs en fonction de la catégorie bioalimentaire

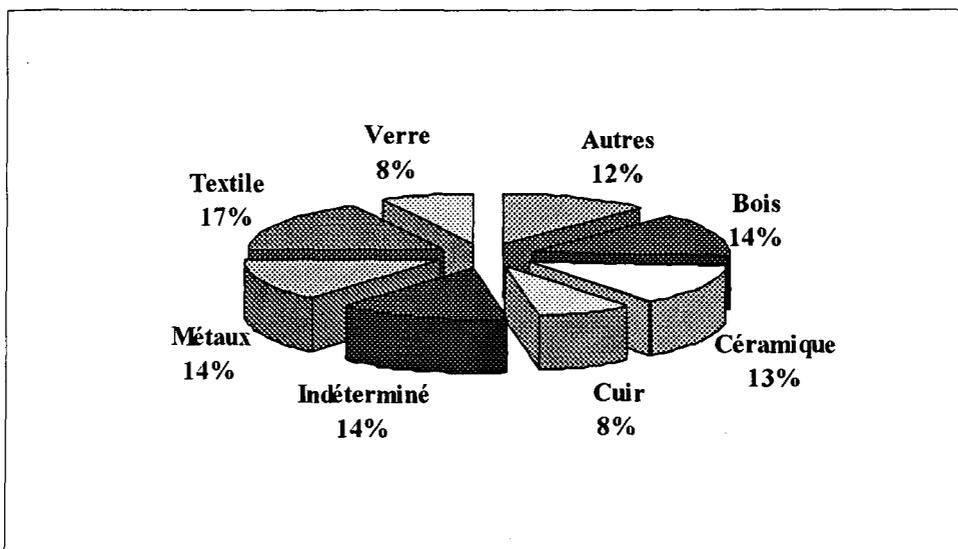


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.1.2.2 Les producteurs de métiers d'art

En examinant le graphique 6, nous pouvons remarquer que la répartition des producteurs de la classe métiers d'art est beaucoup plus homogène que dans les autres graphiques que nous avons vus jusqu'à maintenant.

Graphique 6 : Nombre de producteurs en fonction de la catégorie métiers d'art



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2 Analyse des catégories

Cette section de l'analyse nous permettra d'examiner plus en détails les différentes catégories que composent les produits issus des créneaux du patrimoine. Nous examinerons chacune des catégories selon les critères suivants : nombre de produits, provenance des produits (région administrative et M.R.C.) et principaux produits.

4.2.1 Les catégories bioalimentaires

Les produits issus des créneaux du patrimoine québécois de type bioalimentaire se regroupent en plusieurs sous-catégories (tableau 3). Nous examinerons chacune de ces sous-catégories une à une dans les pages qui suivront.

Tableau 3 : Répartition des produits et des producteurs des catégories bioalimentaires

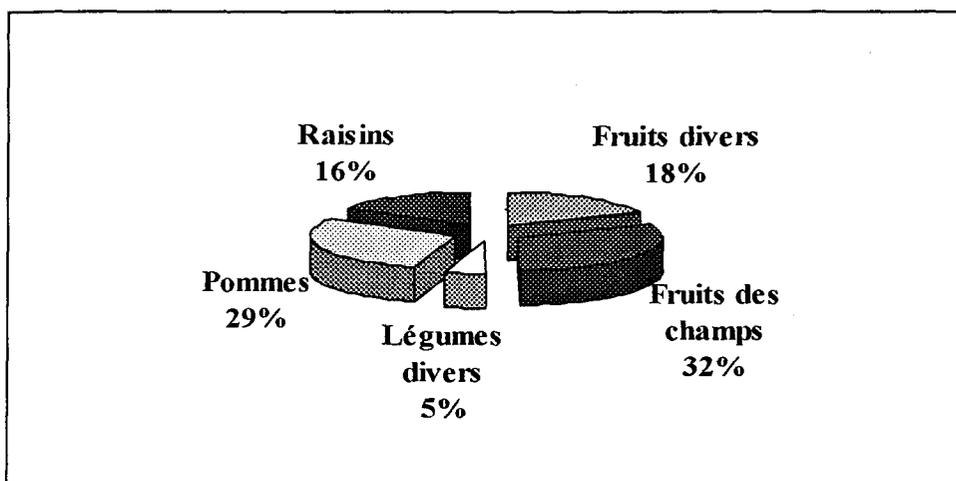
Catégories	Nombre de produits	Nombre de producteurs
Autres	72	178
Élevage	7	5
Fruits et légumes	108	114
Pains et céréales	21	27
Produits laitiers	40	48
Viandes et substituts	100	117
	348	489

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.1.1 Fruits et légumes

Des produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine québécois, la catégorie fruits et légumes est la plus importante en nombre de produits et la troisième en nombre de producteurs (tableau 3). La majorité des 108 produits inventoriés gravitent autour de la pomme, du raisin et de fruits des champs (graphique 7). Il a donc été facile pour nous de diviser ces produits inventoriés en sous-catégories, les voici : fruits des champs, pommes, fruits divers, raisins et légumes divers.

Graphique 7 : Sous-catégories de la catégorie fruits et légumes

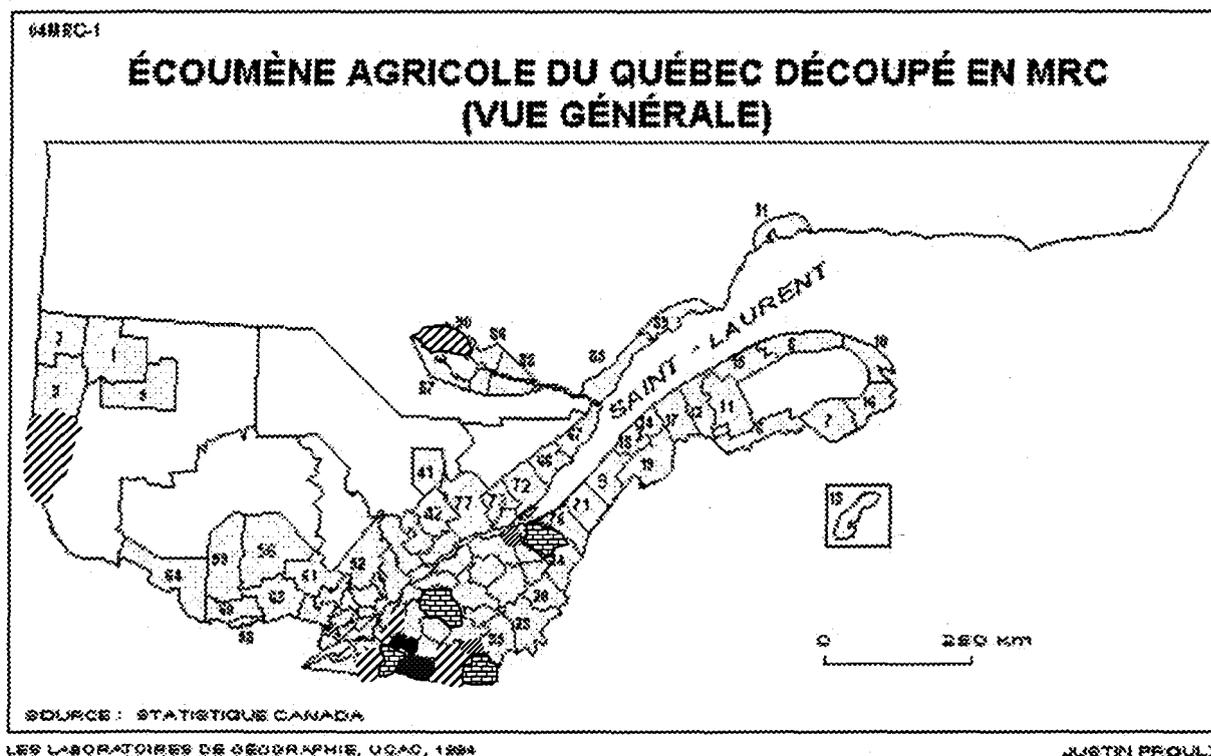


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

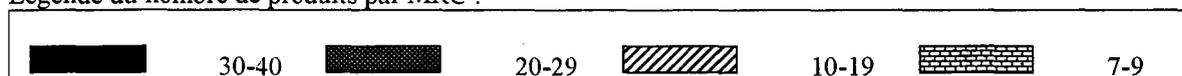
En compilant les produits et les producteurs de fruits et légumes dans la carte 1, nous avons pu dégager un axe de productions qui renferme 54% des produits et 51% des producteurs. Cet axe est composé des régions administratives de la Montérégie et de l'Estrie. Nous constatons, donc l'importance des fruits et légumes dans le sud du Québec. Nous pouvons présumer qu'un climat clément est plus favorable à l'agriculture, ce qui expliquerait cette forte concentration dans ce secteur géographique du Québec. En examinant les données de notre inventaire, nous avons trouvé d'autres régions administratives où il y a une présence marquée de fruits et légumes. Il s'agit de l'Abitibi-Témiscamingue, du Saguenay-Lac-St-Jean, de la Mauricie-Bois-Francs et de Chaudière-Appalaches. Ces régions représentent 32% des produits et 30% des producteurs. En additionnant ces régions à l'axe de production ci-haut mentionné, nous obtenons 86% des

produits inventoriés et 81% des producteurs ce qui reste bien peu de produits et de producteurs pour les autres régions du Québec.

Carte 1 : M.R.C. de production des fruits et légumes



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

La Montérégie est la région administrative la plus présente de la catégorie fruits et légumes avec 40% produits à elle seule. La majorité des 101 produits issus de cette région proviennent de la pomme, du raisin et des fruits des champs. La Montérégie contient cinq

M.R.C. très actives de la catégorie fruits et légumes, soit : Rouville, Brome-Missisquoi, la Vallée-du-Richelieu, les Jardins-de-Napierville et le Haut-Richelieu.

La M.R.C. de Rouville détient le record du nombre de fruits et légumes avec un total de 39. Le producteur Les Vergers d'Émilie contribue grandement au succès de cette M.R.C en lui fournissant 75% des produits de ces produits. Les produits Les Vergers d'Émilie sont distribués dans les grandes chaînes d'épicerie. Il s'agit majoritairement de tartinades, de coulis et de vinaigre à base de fruits. Un autre M.R.C. importante de la Montérégie est celle de Brome-Missisquoi qui renferme 28 produits. Une grande partie de la production vinicole est produite dans cette M.R.C. Donc, la plupart des produits confectionnés dans cette M.R.C. proviennent du raisin.

L'Estrie est la deuxième région administrative en importance de la classe fruits et légumes avec ces 37 produits qui représentent 15% de cette classe. Les M.R.C. les plus actives de cette région administrative sont celles de : Sherbrooke, Memphrémagog et Coaticook. Elles produisent en grande partie des produits de la pomme.

Au troisième rang des régions administratives, figure la région de Chaudière-Appalaches avec 27 produits provenant en majorité de la pomme et des fruits des champs. Ensuite vient le Saguenay-Lac-St-Jean avec ces 21 produits à base de bleuets. Puis les 20

produits des fruits de champs de la région administrative de l'Abitibi-Témiscamingue. Et finalement, la Mauricie-Bois-Francs avec ces 13 produits provenant de fruits variés.

4.2.1.1.1 Pommes

En examinant le graphique 6, nous pouvons constater que près du tiers des produits inventoriés dans la catégorie fruits et légumes proviennent des pommes. La région pommicole la plus influente est celle de la Montérégie car elle détient plus de 60% des produits de cette catégorie. Ensuite figure l'Estrie avec 20% et finalement la région de Chaudière-Appalaches avec 13%. Ces trois régions administratives contiennent 92% des produits de la pomme de notre inventaire.

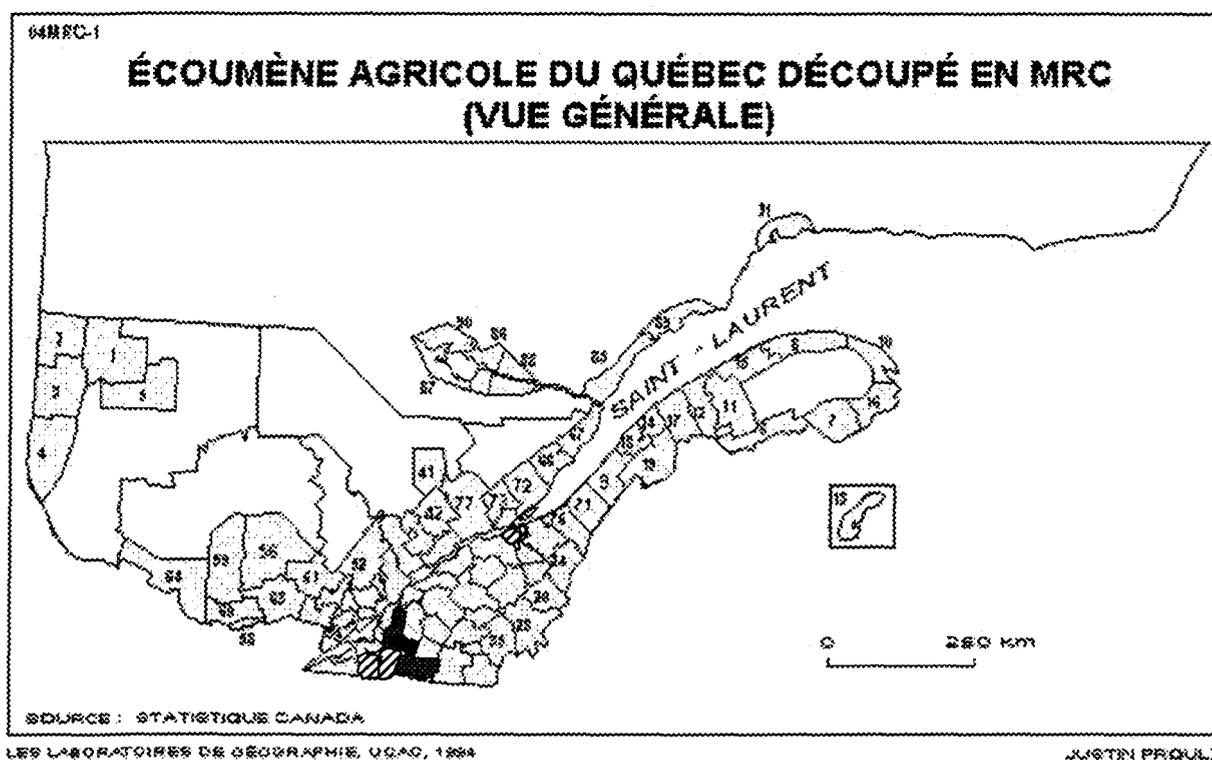
En regardant la carte 2, nous pouvons voir que la M.R.C. Rouville est la plus importante dans les fruits et légumes en partie dû aux produits de la pomme, car 45 de ses 101 produits proviennent de la pomme. La production des produits de la pomme se localise fondamentalement dans les M.R.C. montérégiennes suivantes : Rouville, la Vallée-du-Richelieu, Brome-Missisquoi, le Haut-Richelieu et les Jardins-de-Napierville. Le tableau 4 nous donne les produits de la pomme que nous avons inventoriés.

Tableau 4 : Les produits de la pomme

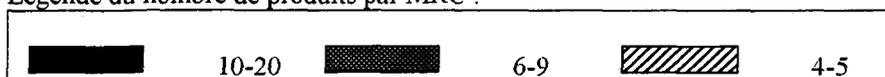
Description	Produits
Pomme	24
Cidres: régulier, mousseux, non-alcoolisé et rosé	20
Divers: gelée, beurre, moutarde, pommeau, sirop et tarte	11
Non-alcoolisé: jus de pommes et moûts (naturels et bruts pétillants)	9
Vinaigres de cidre: nature, bleuets, fines herbes et framboises	4
Alcool: crémant, apéritif pomme et sirop d'érable	3
Total	75

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Carte 2 : M.R.C. des produits de la pomme



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.1.1.2 Raisins

Même si le Québec n'a pas une tradition viticole aussi impressionnante que celle de la France, il n'en demeure pas moins que les produits du raisin sont de plus en plus présents au Québec. En effet, les produits du raisin représentent avec ces 41 items environ 16% des produits fruits et légumes que nous avons inventoriés (graphique 7). En examinant le tableau 5, nous pouvons constater que le produit le plus commun issu du raisin est le vin. Plus de 70% de la production de produits à base de raisins se retrouvent en Montérégie qui est suivie de loin par l'Estrie avec 15% et finalement les derniers 15% de productions sont partagés également entre les régions administratives Chaudière-Appalaches, Québec et Mauricie-Bois-Francs.

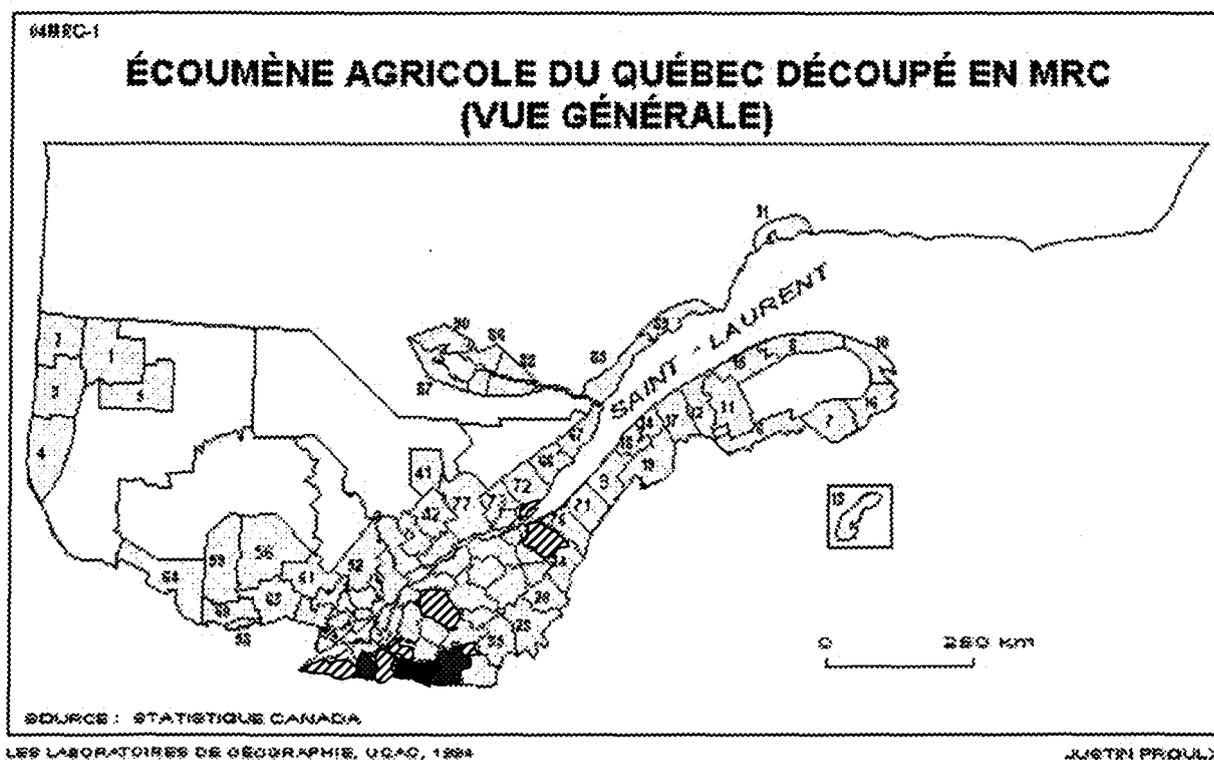
Tableau 5 : Les produits du raisin

Description	Produits
Vin blanc	9
Raisin	8
Vin indéterminé	8
Apéritif à base de raisins	5
Vin rouge	3
Vin méthode champenoise	2
Vin rosé	2
Vinaigre de vin nature et aux fines herbes	2
Digestif à base de raisins	1
Mistelle	1
Total	41

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

En regardant la carte 3, nous voyons plusieurs M.R.C. qui forment une ligne dans le sud du Québec. Il s'agit de gauche à droite des M.R.C. suivantes : le Haut-St-Laurent, les Jardins-de-Napierville, le Haut-Richelieu, Brome-Missisquoi, Memphrémagog et Sherbrooke. On retrouve aussi des productions qui sont isolées de cette ligne soit celles de : Bellechasse, Drummond et de l'Île-d'Orléans. À elle seule la M.R.C. de Brome-Missisquoi comprend près de 40% des produits à base de raisins que nous avons répertoriés.

Carte 3 : M.R.C. de production de raisins



Légende du nombre de produits par MRC :



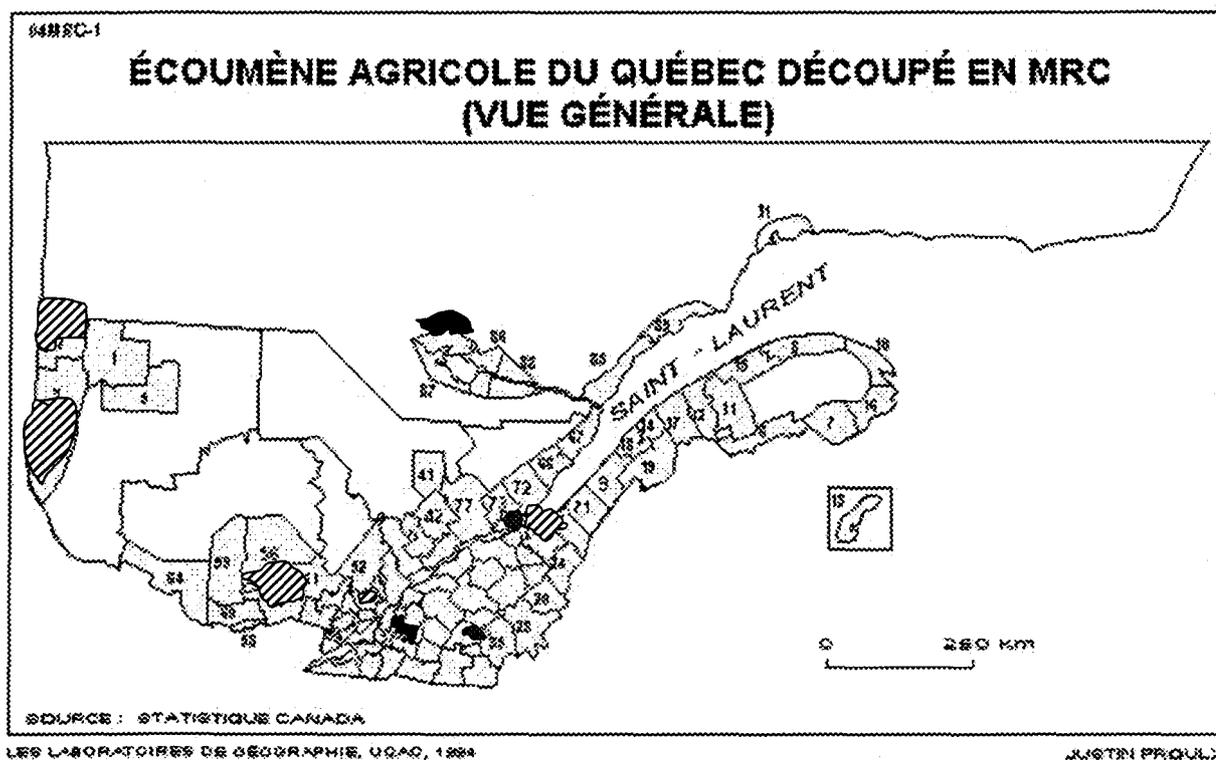
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.1.1.3 Fruits des champs

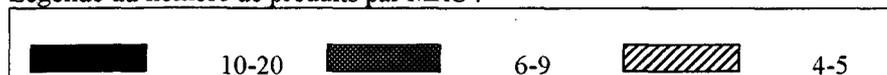
La catégorie la plus présente dans notre inventaire est celle des fruits des champs. Nous avons classé dans cette catégorie tous les produits à base de : fraises, framboises, bleuets et mûres. Ces fruits servent de base à plusieurs produits variés tels que : gelée, sirop, tartinade, apéritif, bonbon, confiture, coulis, crème glacée, moutarde, tarte, vin, vin mousseux et vinaigre.

À la lumière de la représentation géographique sur la carte 4, les produits provenant des fruits des champs sont dispersés sur le territoire québécois. Une des raisons qui pourrait expliquer ce phénomène serait dûe au fait que les fruits de champs sont moins capricieux pour leur culture que peut l'être par exemple le raisin ou la pomme. Nous remarquons la forte présence de produits à base de bleuets dans la M.R.C. Maria-Chapdelaine située au Saguenay-Lac-St-Jean.

Carte 4 : M.R.C. de production des fruits des champs



Légende du nombre de produits par MRC :



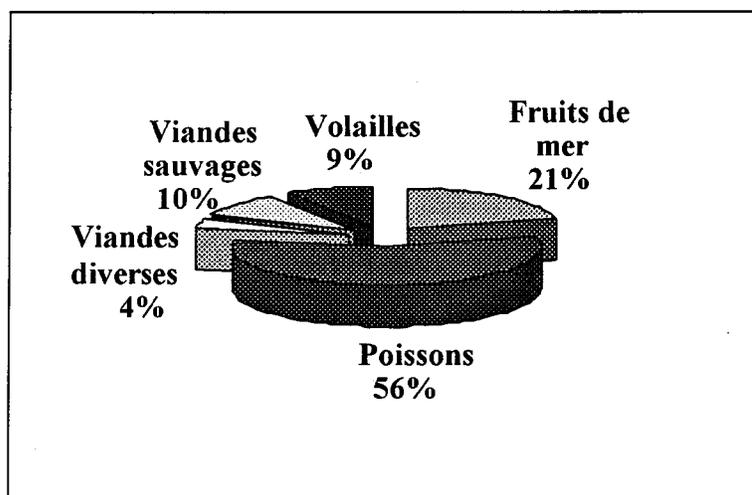
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.1.2 Viandes et substituts

La catégorie viandes et substituts est la deuxième catégorie en importance tant au niveau des produits (29%) que des producteurs (24%) de notre inventaire des produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine du Québec. Nous avons été capable de former cinq catégories à partir des 303 produits inventoriés dont 100 produits différents

(graphique 8). Les voici: poissons, fruits de mer, viandes sauvages, volailles et viandes diverses.

Graphique 8 : Sous-catégories de la catégorie de produits viandes et substituts



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

La plupart des produits inventoriés de la catégorie viandes et substituts ont subi un traitement. Ils ont été soit : salés, séchés, fumés, marinés, réduits en mousse, réduits en farine, sous forme de saucisses, en terrine ou de caviar. À l'aide du tableau 6, vous pouvez voir des exemples de produits issus de la catégorie viandes et substituts.

Tableau 6 : Exemples de produits de la catégorie viandes et substituts

Catégorie	Produits
Fruits de mer	Homard, crabe, pétoncle, crevette, buccin, moule, etc.
Poissons	Saumon, morue, sébaste, anguille, merlu, lotte, etc.
Viandes diverses	Agneau, chevreau, veau, etc.
Viandes sauvages	Bison, sanglier, chevreuil, cerf, daim, lapin
Volaille	Caille, faisan, autruche, canard, pintade, etc.

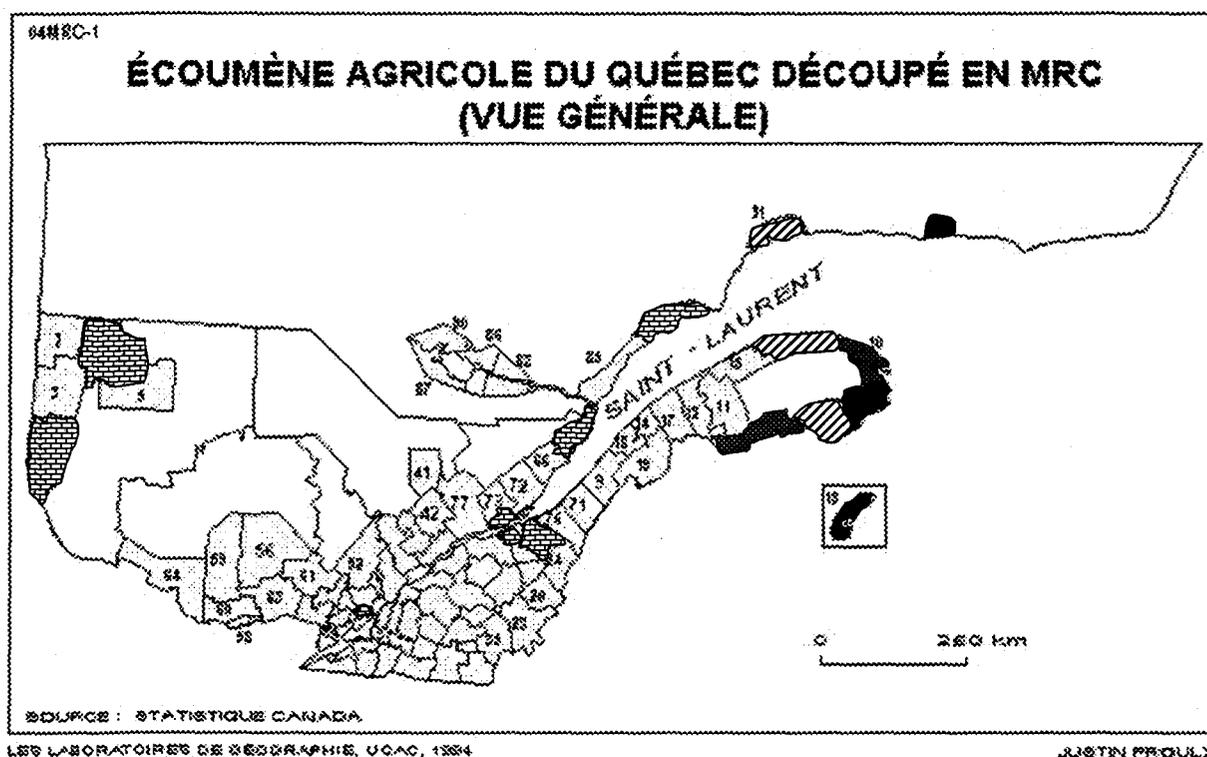
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Pour réaliser la carte 5, nous avons utiliser 17 des 43 M.R.C. qui produisent des produits de la catégorie viandes et substituts. Ces 17 M.R.C. renferment près de 80% des produits viandes et substituts. La région administrative Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine détient avec ces 124 produits de la mer, 41% des produits inventoriés. Les M.R.C. de Pabok (34 produits) et celle des Îles-de-la-Madeleine (33 produits) sont parmi les plus actives au Québec dans la catégorie viandes et substituts. La région de la Côte-Nord arrive bonne deuxième avec 54 produits dont 34 proviennent de la M.R.C. de la Mingamie. Ces deux régions administratives produisent 76% des produits de la mer (fruits de mer et poissons) de notre inventaire. Les produits de volailles, viandes sauvages et viandes diverses sont concentrés majoritairement dans les régions administratives suivantes : Chaudière-Appalaches, Québec et Lanaudière.

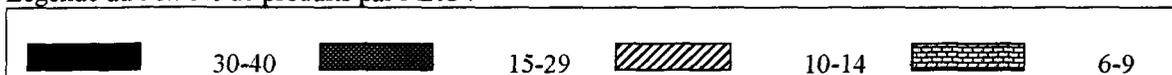
Il semble donc que la situation géographique du producteur influence grandement la source de produits de viandes et substituts qu'il produira. En effet, il est logique qu'un producteur situé en bord de la mer se spécialise dans les fruits de mer tandis qu'il peut être

plus difficile pour un producteur de pétoncles fumés de se localiser en Outaouais. Comme il ne s'agit pas d'agriculture, nous présumons que le climat a moins d'influence sur ce type de production que par exemple une catégorie comme les fruits et légumes qui est plus à la merci de Dame Nature.

Carte 5 : Les 17 meilleures M.R.C. de production de la catégorie des viandes et substituts



Légende du nombre de produits par MRC :

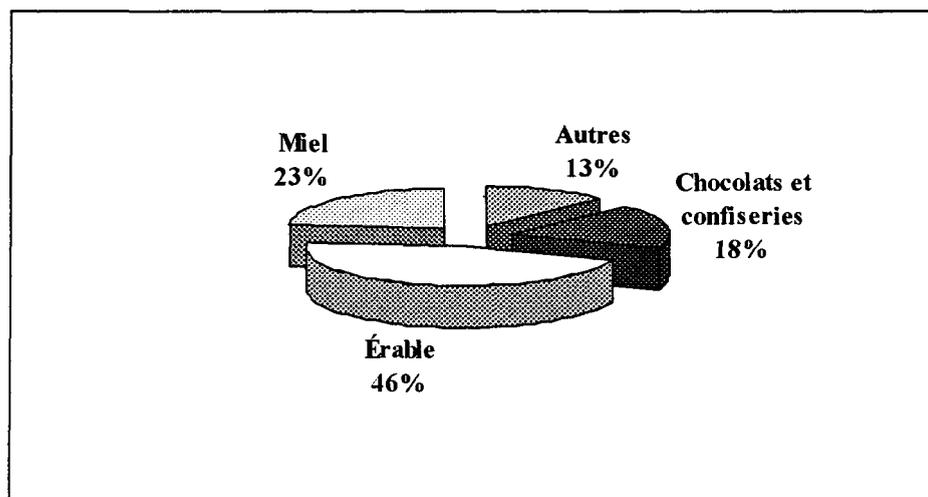


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.1.3 Autres

La catégorie autres détient 21% des produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine québécois avec ces 260 produits dont 72 produits qui sont différents. C'est cette classe de produits qui détient la pôle dans le nombre de producteurs, soit un total de 178. Cette catégorie fourre-tout est composée principalement des sous-catégories suivantes : produits de l'érable, chocolats et confiseries, produits du miel et autres produits. La catégorie des produits de l'érable est la plus présente (46%) parmi les produits que nous avons répertoriés dans cette catégorie. Pour avoir un aperçu des produits qui composent chacune des catégories vous pouvez consulter le tableau 7.

Graphique 9 : Sous-catégories de la catégorie de produits autres



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Tableau 7 : Exemples de produits de la catégorie autres

Sous-catégories	Produits
Érable	Sirop, sucre, tire, gelée, liqueure, mousseux, etc.
Miel	Miel, hydromel, bonbon, propolis, cire, gelée royale, etc.
Chocolats / confiseries	Confiserie, truffe, chocolats fourrés aux bleuets et à l'érable, etc.
Autres	Huile de conifères, tisane, eau de source, herbes médicinales, etc.

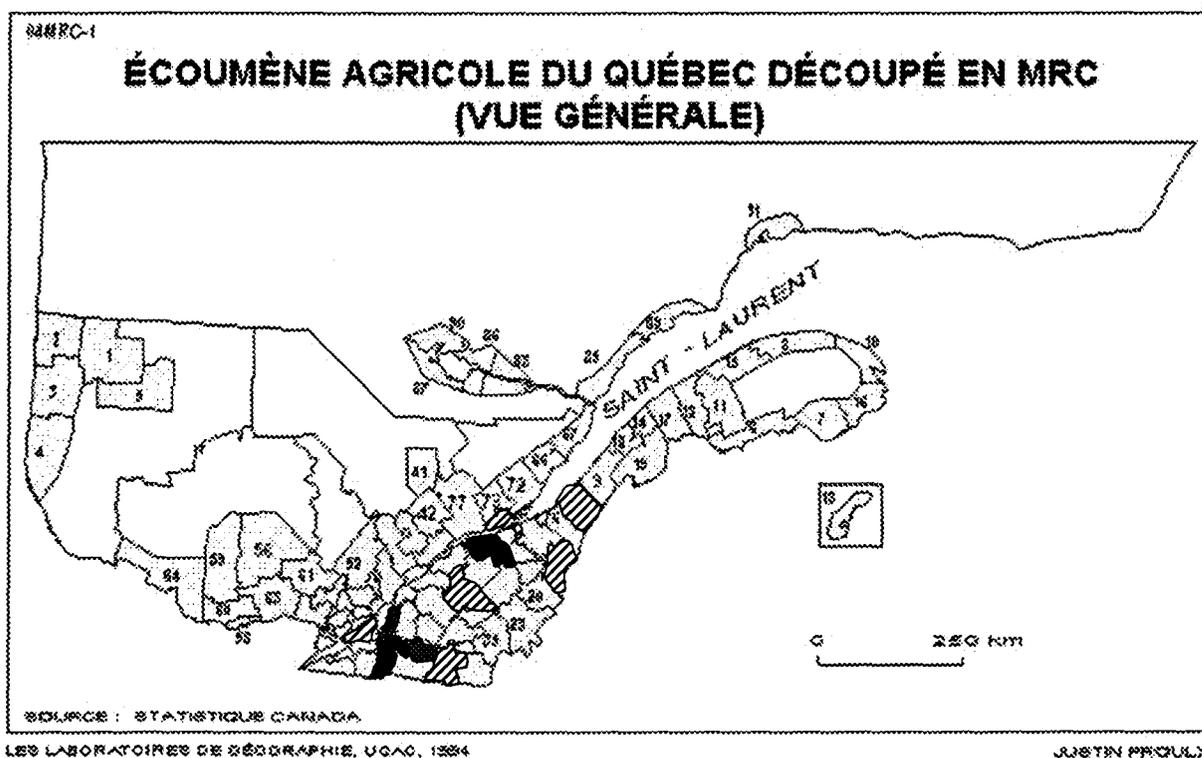
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Nous avons utilisé les 12 M.R.C. principales pour la réalisation de la carte 6 sur un total de 70. Ces 12 M.R.C. ne fournissent qu'à peine 40% du total des produits inventoriés de cette catégorie. Avec une moyenne inférieure à quatre produits par M.R.C., nous pouvons affirmer que les produits de cette catégorie sont très dilués sur l'ensemble du territoire québécois par rapport aux autres catégories que nous avons traitées jusqu'à présent. La M.R.C. de Rouville qui est pourtant la plus importante ne fournit qu'une infime part de 5% des produits totaux avec ses 13 produits. Nous avons une meilleure vision, en regardant au niveau des régions administratives. En effet, la majorité des produits de la catégorie autres se situent sur la rive sud du St-Laurent principalement dans les régions administratives de Chaudière-Appalaches (23%), la Montérégie (23%) et l'Estrie (11%).

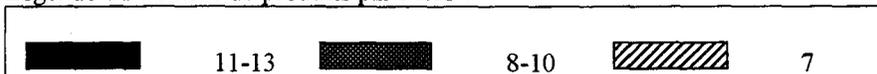
En examinant de plus près les sous-catégories, nous sommes en mesure de faire plusieurs constats. Tout d'abord, les 119 produits de l'érable sont majoritairement localisés (63%) dans les régions Chaudière-Appalaches, Montérégie et de l'Estrie. Nous en retrouvons aussi dans la Mauricie-Bois-Francs, l'Outaouais et Lanaudière. Puis, les 61

produits à base de miel se situent principalement (57%) dans les régions de l'Estrie, de Chaudière-Appalaches et dans les Laurentides. Finalement, les chocolats et les confiseries (47 produits) sont fabriqués essentiellement (86%) dans la Montérégie, Chaudière-Appalaches, Québec et le Saguenay-Lac-St-Jean. Ces sous-catégories sont à l'image de leur catégorie mère (la catégorie autres) car nous ne sommes pas capables de fournir une carte par M.R.C. car les productions sont trop diluées parmi les M.R.C. des 13 régions administratives.

Carte 6 : Les 12 meilleures des M.R.C. de production de la catégorie autres



Légende du nombre de produits par MRC :



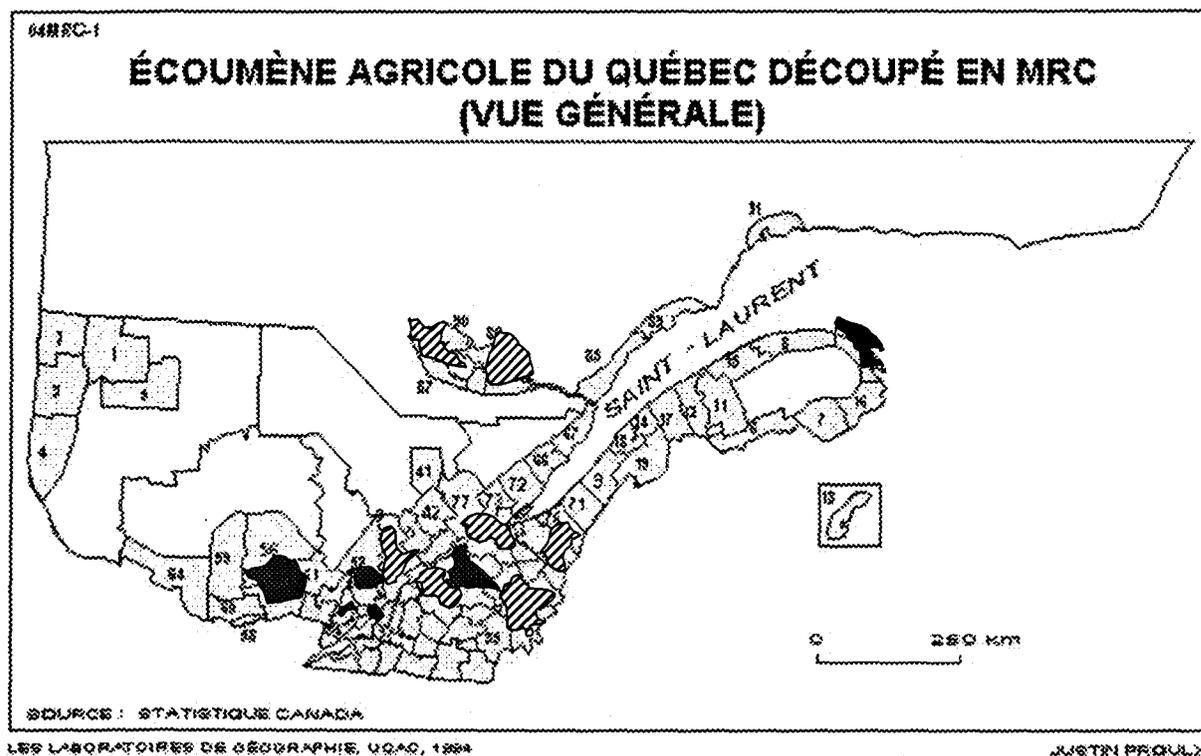
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.1.4 Produits laitiers

Les produits laitiers détiennent 11% des produits issus des créneaux du patrimoine québécois de type bioalimentaire en comptabilisant ses 40 produits différents. Les produits principaux de cette catégorie sont : les cheddars (39%), les produits à base de lait de chèvre (29%) et les autres sortes de fromage (32%). Nous retrouvons le cheddar sous les formes suivantes : nature, en grains, vieilli, non-salé et en saumure. Tant qu'aux produits à base de chèvre, ils se déclinent comme suit : le yogourt, le lait et les fromages à pâte molle et semi-fermes. Il existe plusieurs sortes d'autres fromages dont : le Migneron de Charlevoix, le Vacherin des Bois-Francis, le St-Benoît, les brins de Gouda, les tortillons, le Akawee, le Forêt Noire, etc.

Les producteurs de produits laitiers sont répandus sur le territoire québécois (carte 7). Il n'y a pas la présence d'un axe ou d'une région de production majeure. La région administrative la plus productive est celle de la Mauricie-Bois-Francis avec ses 17 produits. Ensuite, suivent les régions de l'Estrie, la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, Chaudière-Appalaches et la Montérégie avec une production de 11 produits chacune. La région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (M.R.C. de Côte-de-Gaspé) a la particularité d'avoir un seul producteur soit les Entreprises de la Ferme Chimo qui se spécialise dans les produits à base de lait de chèvre.

Carte 7 : Les 13 meilleures M.R.C. de production de la catégorie produits laitiers



Légende du nombre de produits par MRC :



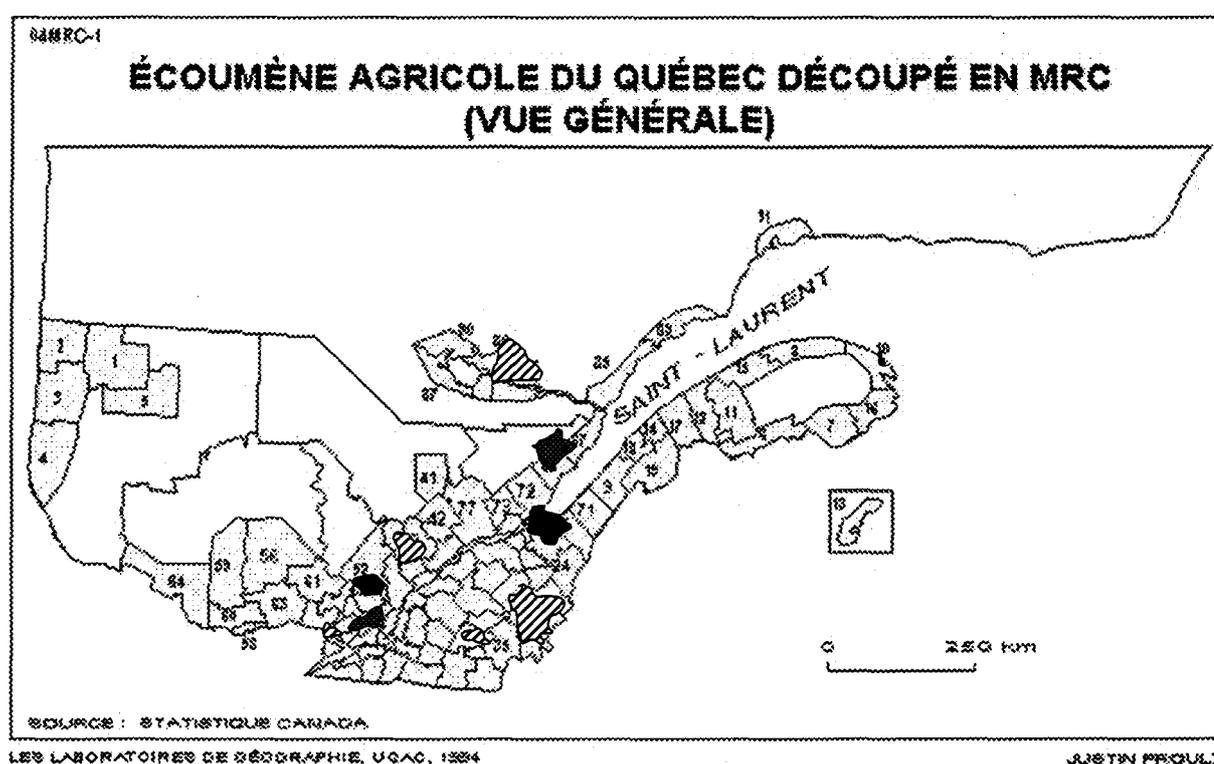
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.1.5 Pains et céréales

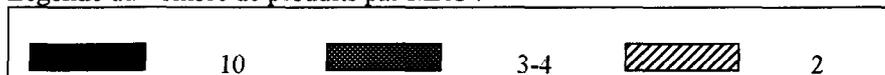
Dans la catégorie pains et céréales nous retrouvons des produits tels que : la bière, farine de blé, pain artisanal, farine de sarrasin, farine moulue sur meule de pierre, céréales de table, etc. Il peut paraître étrange de voir le produit bière énuméré parmi les 21 produits, nous l'avons classifié ainsi car la bière est produite à partir de céréales. Les plus grands

producteurs se situent dans les M.R.C. de Bellechasse (22%) dans la région de Chaudière-Appalaches et de Montcalm (22%) dans la région de Lanaudière. Nous constatons encore une fois qu'il n'y a pas de concentration majeure de production de cette catégorie sur le territoire québécois.

Carte 8 : Les 9 meilleures M.R.C. de production de la catégorie pains et céréales



Légende du nombre de produits par MRC :

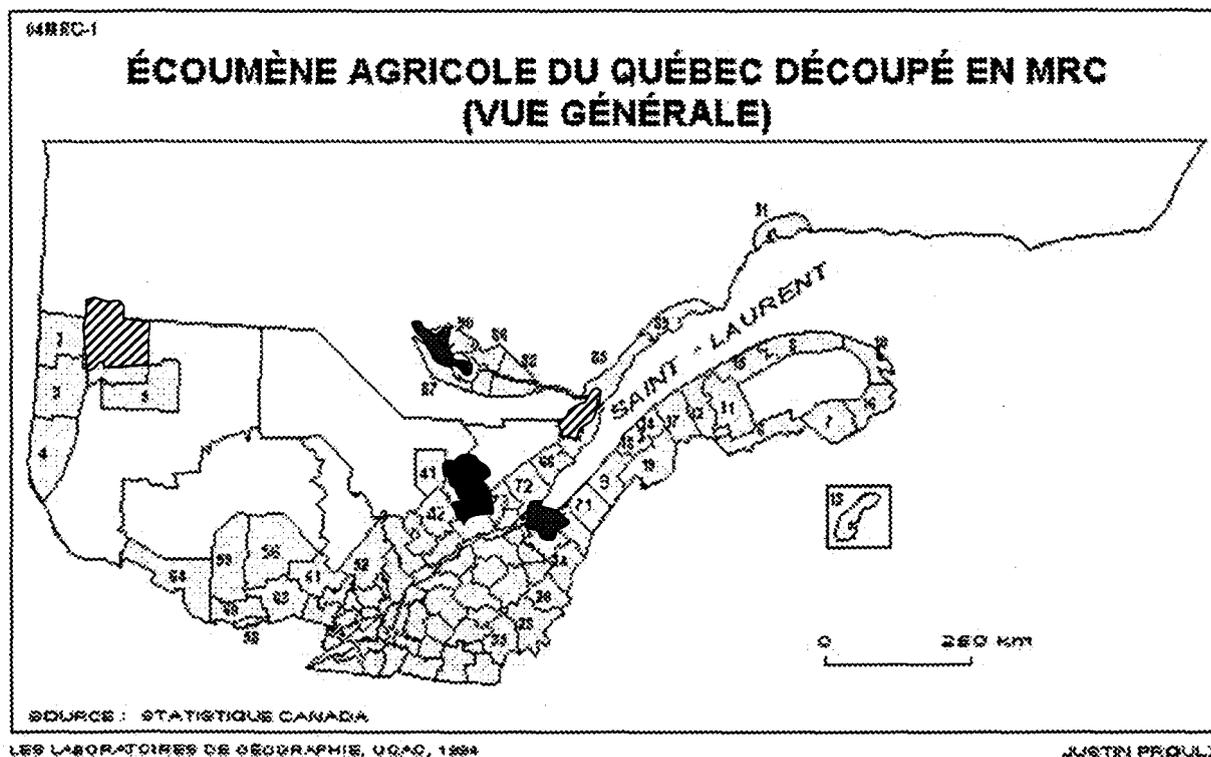


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

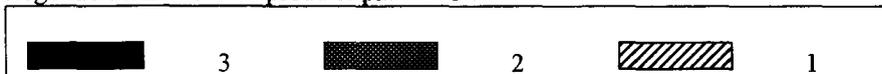
4.2.1.6 Élevage

Notre dernière catégorie bioalimentaire est celle de l'élevage, c'est aussi la plus petite catégorie que nous avons répertoriée. Elle correspond à seulement 2% des produits bioalimentaires que nous avons inventoriés. Elle est composée de cinq producteurs et de neuf produits dont sept sont différents. Les produits sont : le daim, le wapiti, la martre, le moufflon, le renard, le sanglier et le vison. La M.R.C. de Portneuf est la importante car elle comprend 33% des produits. À l'aide de la carte 9, nous ne sommes pas en mesure d'observer une concentration spatiale de l'élevage sur le territoire du Québec.

Carte 9 : Les M.R.C. de production de la catégorie élevage



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2 Les catégories métiers d'art

Les produits issus des créneaux du patrimoine québécois de type métiers d'art se divisent en plusieurs catégories (tableau 8). Dans les pages qui vont suivre nous examinerons chacune des ces catégories en détail.

Tableau 8 : Répartition des produits et des producteurs des catégories métiers d'art

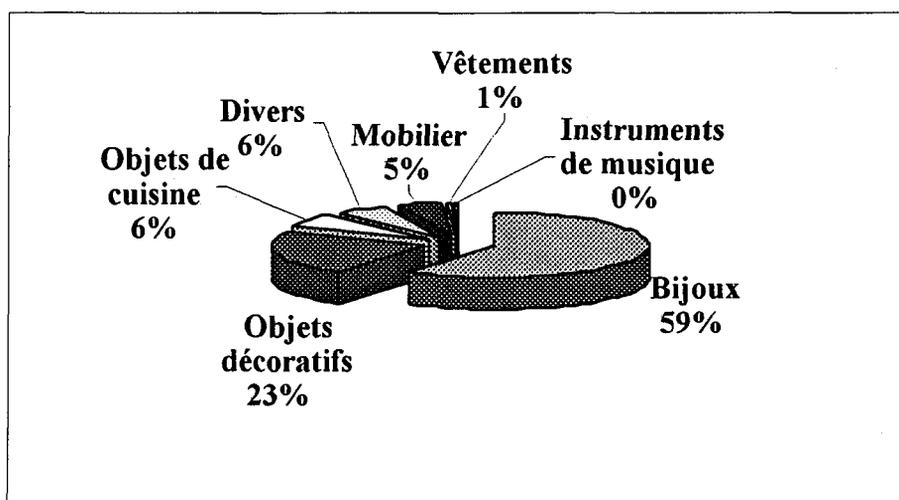
Catégories	Nombre de produits	Nombre de producteurs
Autres	121	83
Bois	79	96
Céramique	63	87
Cuir	55	53
Indéterminé	22	96
Métaux	234	93
Textile	97	115
Verre	54	52
	725	675

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2.1 Métaux

Environ le tiers des produits issus des créneaux du patrimoine québécois catégorisés dans les métiers d'art sont construits à partir de métaux (graphique 4). Ce qui en fait la plus grande catégorie de métiers d'art que nous avons répertoriée. Nous avons subdivisé la catégorie métaux en sous-catégories afin de mieux identifier quels types de produits étaient fabriqués en métal. Nous pouvons remarquer en regardant le graphique 10 que près de 60% des produits sont des bijoux. C'est pourquoi les matières premières les plus utilisées sont l'or (21%), l'argent (20%) et le platine (6%). Toutefois, il y a des métaux moins précieux comme : le cuivre (12%), l'aluminium (8%), l'étain (6%), le laiton (5%), le bronze (5%), l'acier (4%), le niobium (1%), etc. Vous trouverez dans le tableau 9 des exemples de produits de la catégorie métaux.

Graphique 10 : Sous-catégories de la catégorie métaux



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Tableau 9: Exemples de produits de la catégorie métaux

Classe	Produits
Bijoux	Bague, pendentif, montre, collier, boucles d'oreilles, bracelet, etc.
Divers	Porte de foyer, rasoir, reliure d'art, porte-clés, etc.
Instruments de musique	Flûte
Mobilier	Meuble, appuie-livres, coupe-papier, accessoires de bureau, etc.
Objets de cuisine	Théière, cafetière, couteau, coupe, soupière, etc.
Objets décoratifs	Sculpture, girouette, vase, chandelier, horloge, boîte, coffret, etc.
Vêtements	Bouton et barette.

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

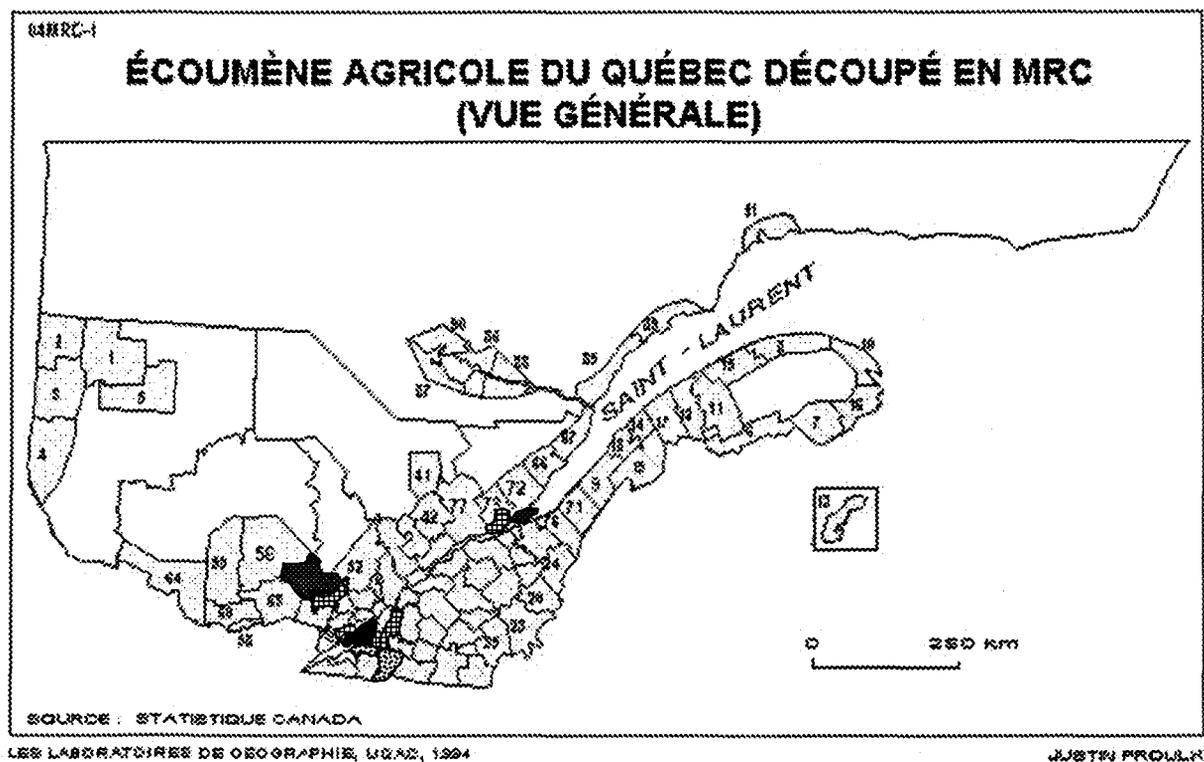
En examinant la carte 10, il est frappant de remarquer la proximité des M.R.C. productrices de produits fabriqués à partir de métaux avec les grands centres, soit Montréal et Québec. En effet, nous avons illustré sur cette carte géographique, 10 M.R.C. qui

renferment au total 87% des produits de cette catégorie. Nous remarquons deux zones de production intense soit une près de Montréal et une près de Québec.

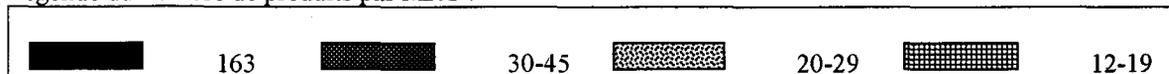
Dans la zone de Montréal, la Communauté-Urbaine-de-Montréal est la M.R.C. la plus active avec plus de 35% des produits. Ensuite, il y a la région de la Montérégie avec 17% des produits inventoriés dans les M.R.C. suivantes : le Haut-Richelieu (6%), Roussillon (5%), la Vallée-du-Richelieu (3%) et Champlain (3%). Finalement, la région des Laurentides qui répartie ses 16% de l'inventaire dans les M.R.C. que voici : les Laurentides (9%), Deux-Montagnes (4%) et les Pays-d'en-Haut (3%). Cette zone fournit 68% des produits fabriqués de métaux.

La zone de Québec pourvoit 12% des produits métalliques. Ceci semble peu comparativement aux 68% de la région de Montréal mais les autres régions du Québec ne fournissent que de très faibles pourcentages. Les deux M.R.C. les plus actives sont l'Île-d'Orléans (8%) et la Communauté-Urbaine-de-Québec (4%).

Carte 10 : M.R.C. de production de la catégorie métaux



Légende du nombre de produits par MRC :



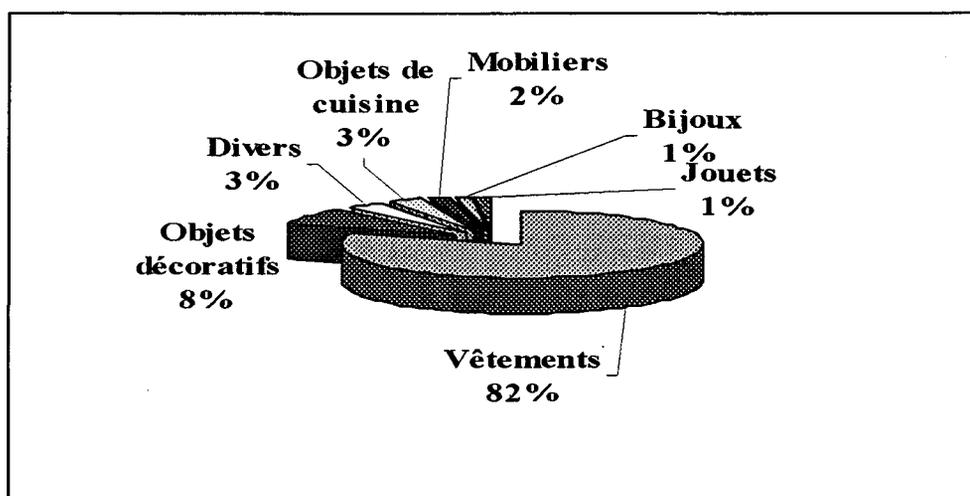
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2.2 Textile

La troisième catégorie en importance de la catégorie des métiers d'art est celle du textile. Elle comprend plus de 216 produits donc 97 qui sont différents. Les matières textiles utilisées n'étaient que très rarement identifiées mais nous avons pu recueillir celles-ci : soie, laine, toile, paille, coton, lin, velours, satin, etc.

La sous-catégorie la plus utilisée est sans surprise celle des vêtements (graphique 11). Elle détient 82% des produits. Les autres catégories sont quasi négligeables. Parmi les objets que nous retrouvons dans cette catégorie figurent : les foulards de soie peint à la main, la sérigraphie sur gaminet, les chapeaux, etc. Vous trouverez dans le tableau 10 une liste plus exhaustive des produits textiles.

Graphique 11 : Sous-catégories de la catégorie textile



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Les produits textiles se retrouvent principalement dans la région de Montréal. En effet, la M.R.C. Communauté-Urbaine-de-Montréal fournit 43% des produits de cette catégorie. On retrouve près de Montréal des M.R.C. de la Montérégie qui forment une zone au bout de cette île. De l'Ouest avec la M.R.C de Vaudreuil-Soulanges (2%) puis vers le au sud-est avec les M.R.C. de Champlain (3%), celle de Lajemmerais (4%) et finalement celle de la Vallée-du-Richelieu (4%).

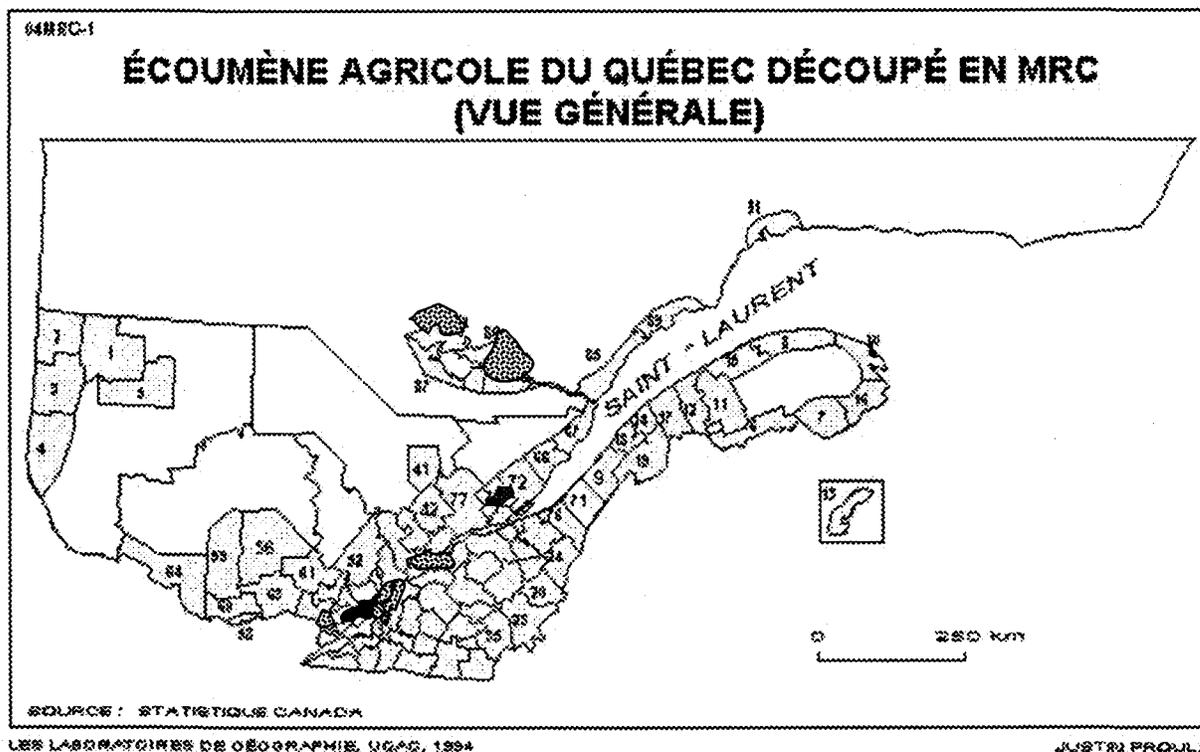
Tableau 10: Exemples de produits de la catégorie textile

Classe	Produits
Vêtements	Kimono, foulard, Boutonné de Charlevoix, ceinture fléchée, etc.
Objets décoratifs	Murale, tapisserie, tableau sur soie, paravent, etc.
Divers	Reliure d'art, Marie-Louises, etc.
Objets de cuisine	Chemin de table, nappe, napperon, serviette de table, etc.
Mobiliers	Abat-jour et coussin.
Bijoux	Bijoux et broche.
Jouets	Cerf-volant, marionette, etc.

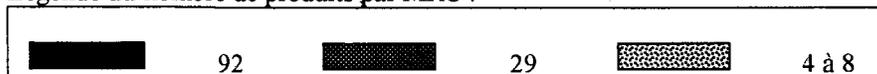
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Entre Montréal et Québec, nous retrouvons la M.R.C de Nicolet-Yamaska avec 2% des produits textiles inventoriés. En prenant la direction nord-est, nous retrouvons une M.R.C. particulièrement active dans les produits textiles, soit la Communauté-Urbaine-de-Québec. Elle compte 13% des produits textiles que nous avons répertoriés. En montant vers le nord, nous apercevons deux M.R.C. du Saguenay-Lac-St-Jean soit celles du Ford-du-Saguenay (2%) et celle de Maria-Chapdelaine. Les 25% des produits restants sont dilués sur l'ensemble du territoire québécois. Ils sont toutefois absents dans les régions administratives de Laval et celle du Nord-du-Québec.

Carte 11 : Les M.R.C. de production de la catégorie textile



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteur réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

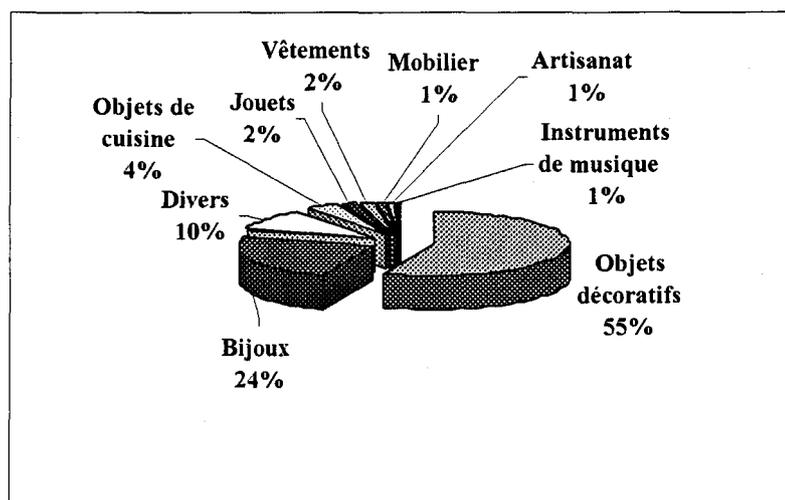
4.2.2.3 Autres

La catégorie autres est la deuxième plus grande catégorie des produits issus des créneaux du patrimoine de type métiers d'art. Cette catégorie se veut un amalgame de produits dont la composition en matière première était connue comparativement à la catégorie indéterminée. Nous retrouvons comme matières premières les plus fréquentes de la

catégorie autres : pierre, papier, pierre d'albâtre, corne naturelle, ivoire, marbre, acrylique, fleur séchée, carton, cristal, eaux-fortes, os de poisson, bois de cervidés, etc.

Plus de la moitié des objets de la catégorie autres sont des objets décoratifs tels que des sculptures, toutes sortes de techniques de peinture (aquarelle, huile, etc.), des gravures réalisées avec des eaux-fortes, etc. Vous trouverez dans le tableau 11 des exemples de produits de la catégorie autres.

Graphique 12 : Sous-catégories de la catégorie autres



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

En examinant la carte 12, nous constatons qu'il y a quatre zones particulièrement actives sur le territoire québécois en production de produits de la catégorie autres. En combinant ces quatre zones nous regroupons 73% des produits inventoriés de cette catégorie. La première zone est constituée de la M.R.C. Communauté-Urbaine-de-Montréal

et de quelques M.R.C. environnantes situées en Montérégie contient 38% des produits répertoriés. Ces M.R.C. sont les suivantes : Lajemmerais, le Haut-Richelieu et celle de Champlain. Il n'y a pas de sorte de produits autres qui sont fabriqués dans cette zone qui se distingue en particulier.

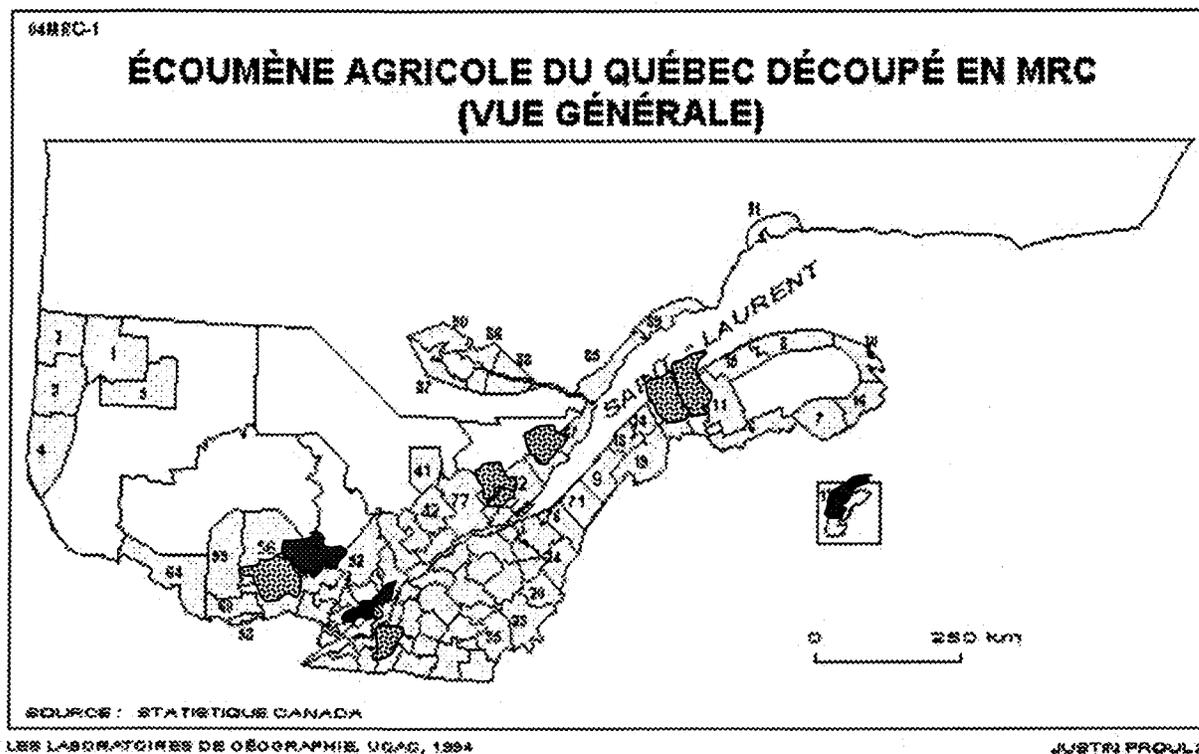
Tableau 11: Exemples de produits de la catégorie autres

Classe	Produits
Objets décoratifs	Sculpture en os de poisson, dessin, horloge en carton etc.
Bijoux	Pendentif en os de caribou, montre en pierre, bracelet en corne, etc.
Divers	Papier d'art, signet en fleurs séchées, Marie-Louises en carton, etc.
Objets de cuisine	Couteaux en ivoire, en pierre et en pierre d'albâtre, etc.
Jouets	Marionnettes en papier mâché, en ardoise, en carton, etc.
Vêtements	Bandeaux et barrettes: en plastique et en cristal.
Mobilier	Coupe-papier en corne et presse-papier en acrylique.
Artisanat	Artisanat en cône et lichen
Instrument de musique	Flûte en ivoire

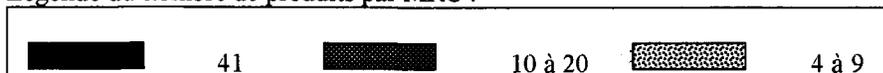
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

La deuxième zone en importance avec 14% des produits est celle des Laurentides et de l'Outaouais formée par les M.R.C. les Laurentides et de Papineau. Vient ensuite la zone des Îles-de-la-Madeleine et du bas du fleuve (M.R.C. Rimouski-Neigette et M.R.C. la Mitis) qui détient 13% de la production des produits de la catégorie autres. Et finalement, la zone de Québec (8%) constituées des M.R.C. suivantes : Communauté-Urbaine-de-Québec, La Jacques-Cartier et Charlevoix. Nous remarquons encore une fois que les zones près des grands centres que sont Montréal et Québec sont actives dans cette catégorie.

Carte 12 : Les M.R.C. de production de la catégorie autres



Légende du nombre de produits par MRC :



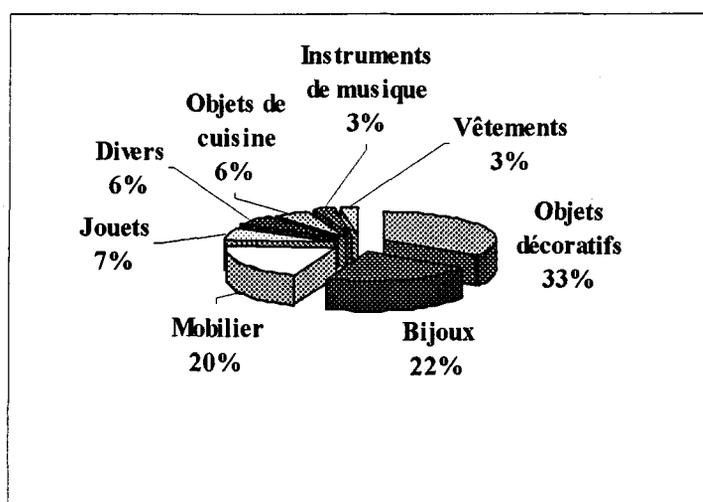
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2.4 Bois

La catégorie bois détient 11% des produits métiers d'art issus des créneaux du patrimoine québécois grâce aux 79 produits différents qui sont composés de cette matière première. Nous avons répertoriés 179 produits au total qui étaient fait de bois. Il y en avait même deux qui étaient fait avec du bois d'épave. Nous n'avons pas été toutefois capable de savoir quelles essences d'arbre étaient utilisées. En examinant le graphique 13, nous

constatons que les sous-catégories ont des pourcentages qui sont un peu plus semblables que ceux que nous avons vus à présent dans la catégorie métiers d'art où une sous-catégorie dominait largement. Le tableau 12 nous présente quelques exemples de produits fabriqués en bois que nous avons répertoriés.

Graphique 13 : Sous-catégories de la catégorie bois



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Dès 35 M.R.C. productrices de produits fabriqués de bois, nous en avons utilisées dix qui représentent 77% des produits de bois que nous avons inventoriés pour bâtir la carte 13. Nous observons que les grands centres de Montréal et Québec ainsi que leurs environs sont présents. Si nous additions les M.R.C. de la Communauté-Urbaine-de-Montréal ainsi que celles qui sont localisées tout près en Montérégie nous obtenons près de 50% de la production de produits de bois. Il est à noter que la M. R.C. de L'Islet (7%) ainsi que celle

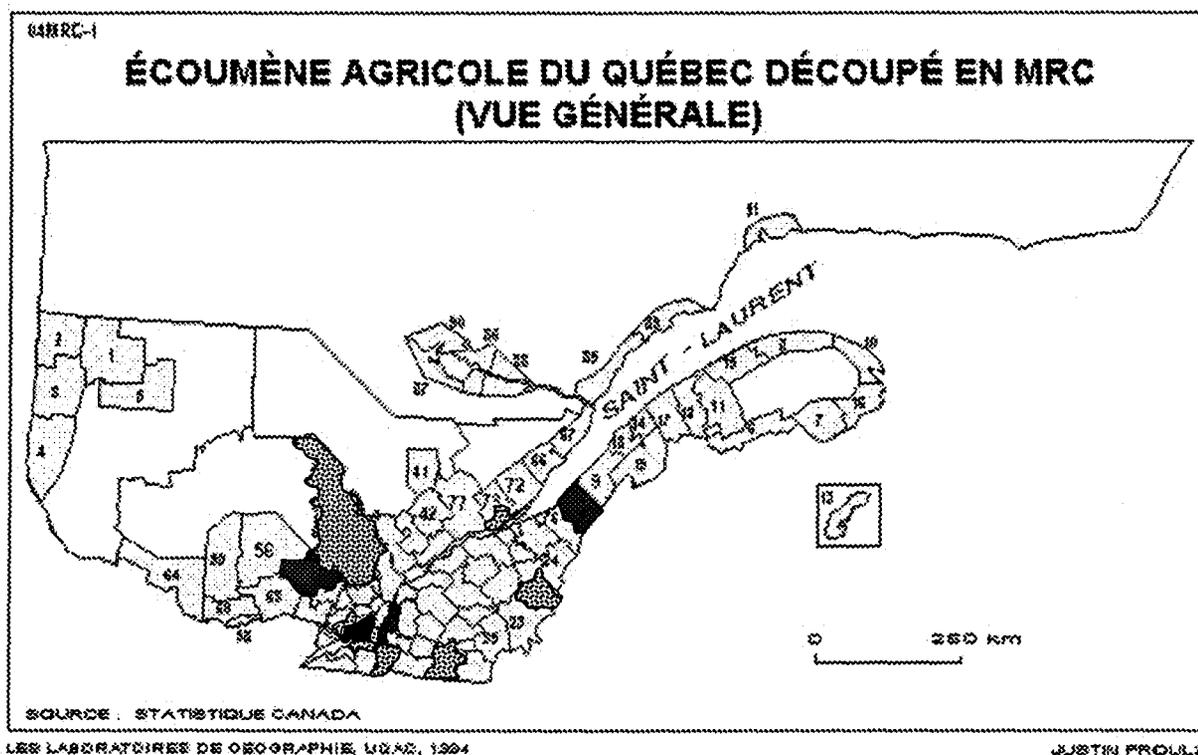
des Laurentides (10%) sont particulièrement actives même si elles sont situées un peu plus loin des grands centres.

Tableau 12: Exemples de produits de la catégorie bois

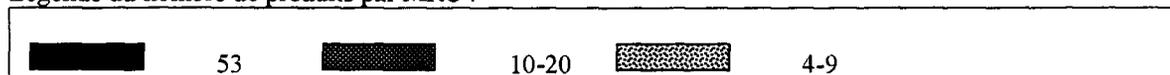
Classe	Produits
Objets décoratifs	Sculpture d'oiseau, sculpture, tirelire, vase, murale, crèche de Noël, etc.
Bijoux	Montre, pendentif, collier, bracelet, boucles d'oreilles, bague, etc.
Mobilier	Meuble, miroir, meuble pulsatif, appuie-livres, etc.
Jouets	Marionette, casse-tête, boomerang, etc.
Divers	Chaloupe, corniche, reliure d'art, tuteur, brosse à dents
Objets de cuisine	Casse-noisette, coupe à vin, couteau, plat à fruits, etc.
Instruments de musique	Violon, violoncelle, accordéon, flûte, etc.
Vêtements	Barrette

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Carte 13 : M.R.C. de production de la catégorie bois



Légende du nombre de produits par MRC :



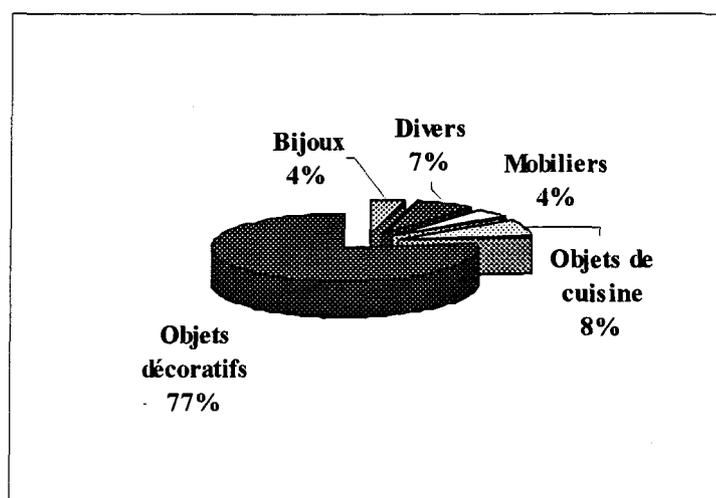
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2.5 Céramique

La céramique est une des catégories des métiers d'art qui récolte moins de 10% des produits inventoriés. En effet avec ces 140 produits dont 63 différents, elle récolte que 9% des produits répertoriés. Il existe plusieurs matières premières qui composent la catégorie céramique soit : la céramique, l'argile, la porcelaine, le ciment, le béton, la faïence, le grès et

la majolique. La majorité des produits fabriqués de céramique sont bien évidemment des objets décoratifs. En examinant le graphique 14, nous remarquons que cette sous-catégorie se démarque très fortement des autres. Parmi les objets faits de céramique nous retrouvons : des sculptures, des murales, des vases, des figurines, des assiettes de collection, des jardinières, etc. En consultant le tableau 13, vous aurez une liste un peu plus exhaustive des produits réalisés en céramique.

Graphique 14 : Sous-catégories de la catégorie céramique



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

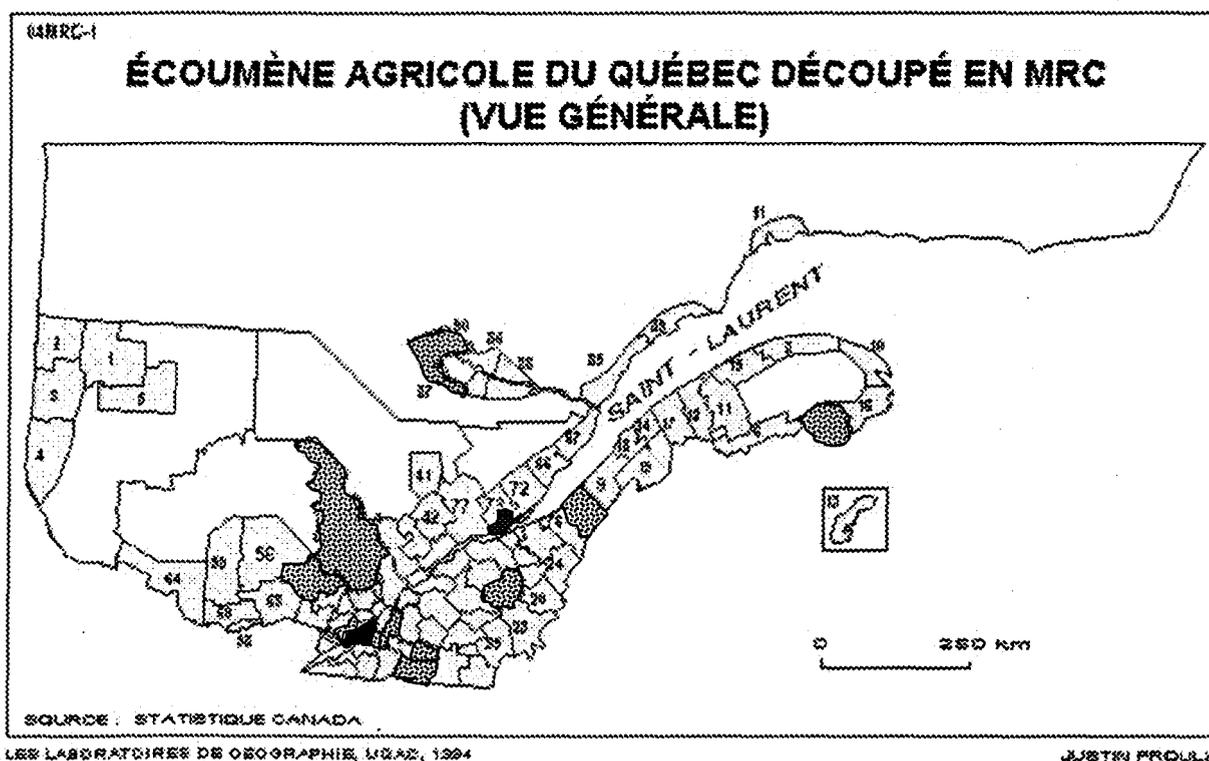
La carte 14 qui représente les principales M.R.C. productrices de produits fabriqués en céramique ressemble beaucoup à la carte 13 qui situe géographiquement les produits faits de bois. À l'exception de la présence de M.R.C. du Saguenay-Lac-St-Jean et de la Gaspésie. Les M.R.C. productives de produits à base de céramique sont éparpillées à la grandeur du territoire québécois mais on remarque encore une fois une concentration dans la région de Montréal (36%) et dans celle de la Capitale Nationale (19%).

Tableau 13: Exemples de produits de la catégorie céramique

Classe	Produits
Bijoux	Bijoux de porcelaine et céramique
Divers	Fontaine, art lithurgique, façade de maison, urne funéraire, etc.
Mobilier	Meuble, presse-papier, appuie-livres, etc.
Objets de cuisine	Assiette, bol, soupière, théière, plat sur pied, etc.
Objets décoratifs	Vase, sculpture, statue, murale, lampe, bougeoir, cadre, etc.

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Carte 14 : M.R.C. de production de la catégorie céramique



Légende du nombre de produits par MRC :



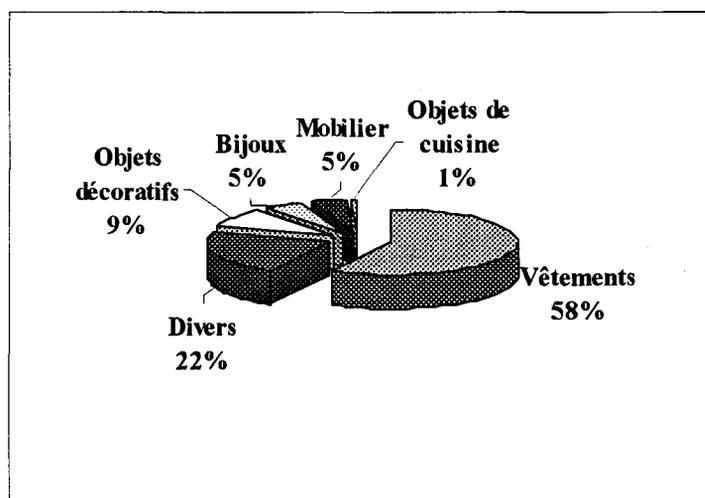
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2.6 Cuir

La catégorie cuir est composé non seulement d'items fabriqués en cuir de vache ou de porc mais aussi des matières suivantes : peau d'agneau, cuir de poisson, peau de mouton, peau de loup-marin et cuir de poisson. Nous avons fait la découverte d'une matière fort originale qu'est le cuir de poisson. Les produits de cuir qui représente 8% de tous les

produits de type métiers d'art que nous avons répertoriés sont principalement associés à la catégorie des vêtements (voir graphique 15). Parmi les vêtements inventoriés, nous avons constaté quelques classiques comme : les chapeaux, les pantoufles, les mitaines, les chaussures, etc. mais des aussi items qui l'étaient moins tels que : des bijoux, de la reliure d'art, des peintures sur cuir, des vases et des masques. En consultant le tableau 14, vous trouverez quelques exemples de produits fabriqués en cuir.

Graphique 15 : Sous-catégories de la catégorie cuir



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

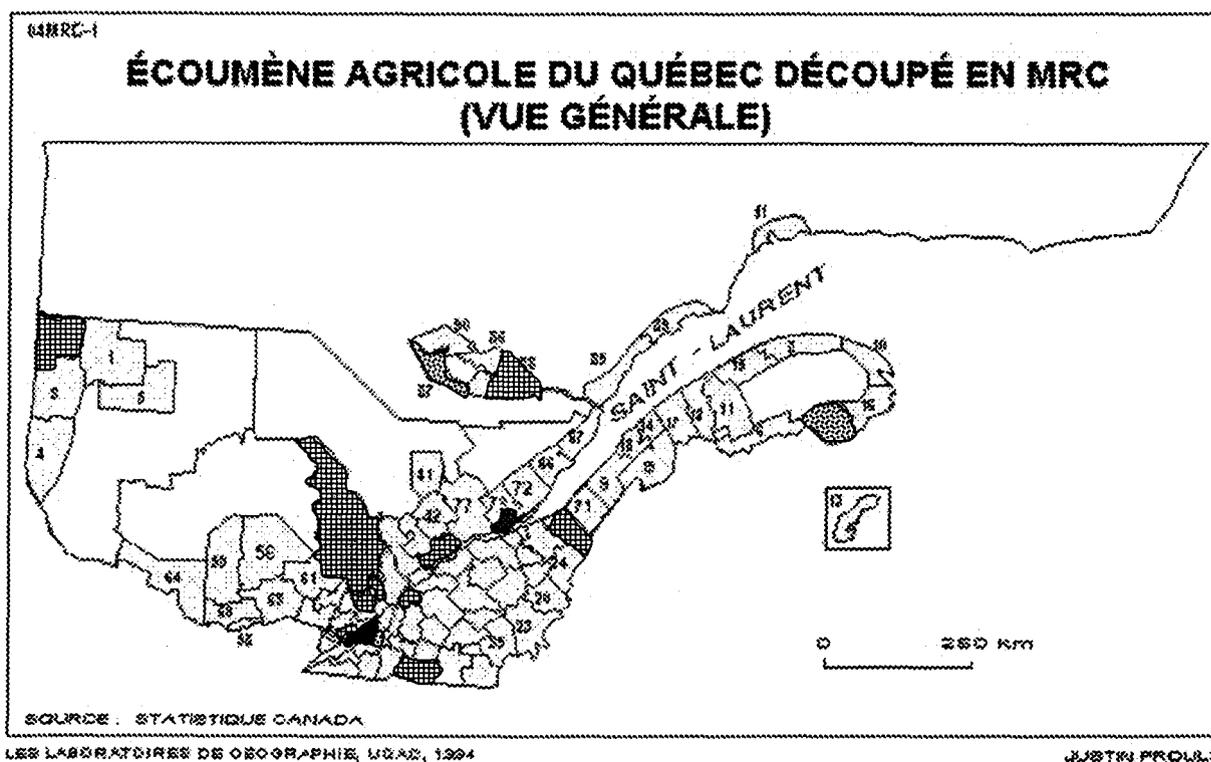
En regardant la carte 15, nous remarquons que la production des items de cuir se fait aux quatre coins du Québec bien qu'elle soit concentrée dans la région de Montréal (20%) et celle de Québec (10%). Il n'y a que dans la M.R.C. de Bonaventure que nous retrouvons des items réalisés en cuir de poisson.

Tableau 14: Exemples de produits de la catégorie cuir

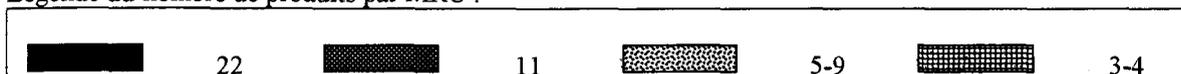
Classe	Produits
Vêtements	Sac à main, pantoufle, sandale, manteau, chapeau, etc.
Divers	Portefeuille, porte-documents, reliure d'art, agenda, écrin, etc.
Objets décoratifs	Coffret, masque, mobile, vase, lampe, tableau, boîtier, etc.
Bijoux	Bijoux divers
Mobiliers	Coussin, miroir, accessoire de bureau, coupe-papier, etc.
Objets de cuisine	Carafe en cuir de poisson

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Carte 15 : M.R.C. de production de la catégorie cuir



Légende du nombre de produits par MRC :

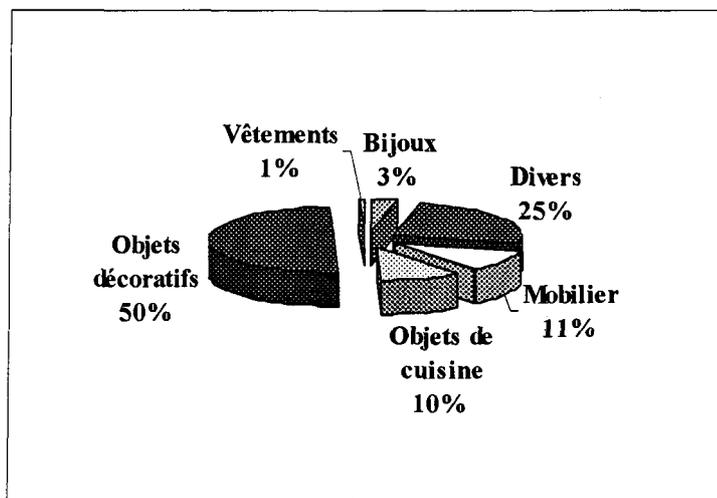


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2.7 Verre

La catégorie verre possède 7% des produits que nous avons inventoriés de type métiers d'art. Cette catégorie comprend deux matières premières soit des items de verre et des items faits de verre taillés (vitrail). Les produits réalisés à partir de vitrail correspondent à 21% des items de cette catégorie. Le travail du verre est un médium qui permet de réaliser une grande diversité d'objets tels que : lampe, sculpture, vase, meuble, presse-papier, assiette, etc. Vous en trouverez d'autres exemples d'objets de verre en regardant le tableau 15.

Graphique 16 : Sous-catégories de la catégorie verre



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

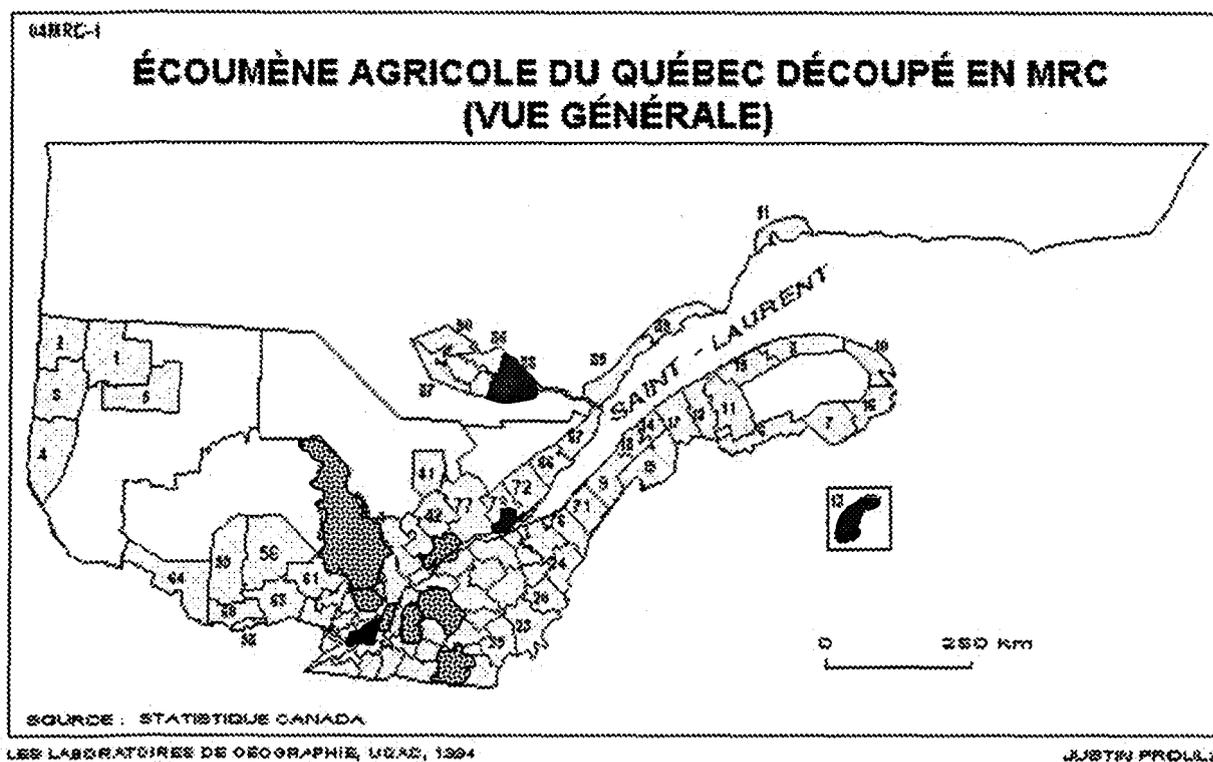
Tableau 15: Exemples de produits de la catégorie verre

Classe	Produits
Bijoux	Bijoux indéterminés
Divers	Dale, garde d'escalier, verrière, porte, etc.
Mobilier	Abat-jour, meuble, presse-papier, appuie-livres, etc.
Objets de cuisine	Assiette, bol, bouteille, coupe à vin, gobelet, plateau, etc.
Objets décoratifs	Vitrail, vase, veilleuse, sculpture, paravent, parfumeuse, bougeoir, etc.
Vêtements	Barrette

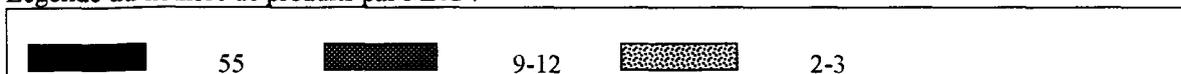
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Les 11 M.R.C. représentées géographiquement dans la carte 16, reflètent 88% des produits de verre que nous avons inventoriés. Nous pouvons penser que cette concentration de production est due en grande partie aux frais pour posséder et opérer un four afin de travailler le verre sont très onéreux. Les M.R.C les plus actives sont celle de Montréal (20%), Québec (10%), les Îles-de-la-Madeleine (9%) et celle du Fjord-du-Saguenay (8%).

Carte 16 : M.R.C. de production de la catégorie verre



Légende du nombre de produits par MRC :



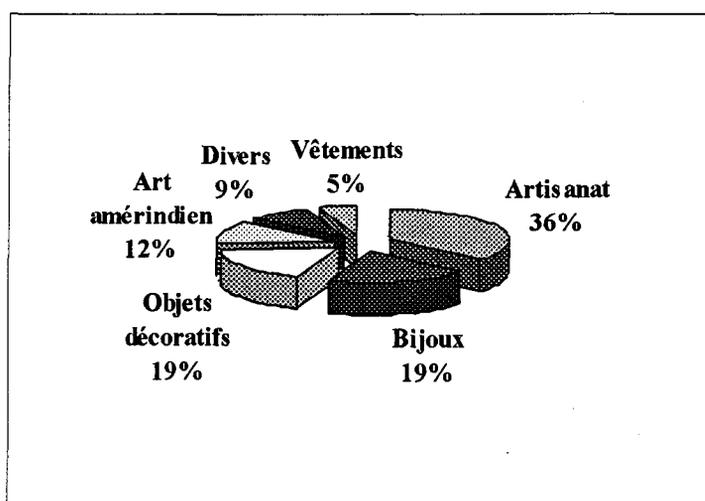
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

4.2.2.8 Indéterminée

La catégorie indéterminée est une catégorie fourre-tout qui renferme des produits dont nous n'étions pas capable d'identifier les matières premières qui les composaient. Il s'agit principalement d'artisanat, d'art amérindien, de sculpture, de gravure, etc. (voir graphique 17 et tableau 16). Lorsque nous avons inventoriés les produits métiers d'art, nous avons

utilisé comme source principale, le répertoire des artisans et artisanes professionnels en métiers d'art du Québec. Ce guide bien construit nous permettait d'identifier très fréquemment les matières premières qui entraient dans la composition des produits. Toutefois, lorsque nous trouvons des produits de métiers d'art dans les guides touristiques, très souvent nous ne pouvons identifier les matières premières utilisées dans la composition des produits.

Graphique 17 : Sous-catégories de la catégorie indéterminée

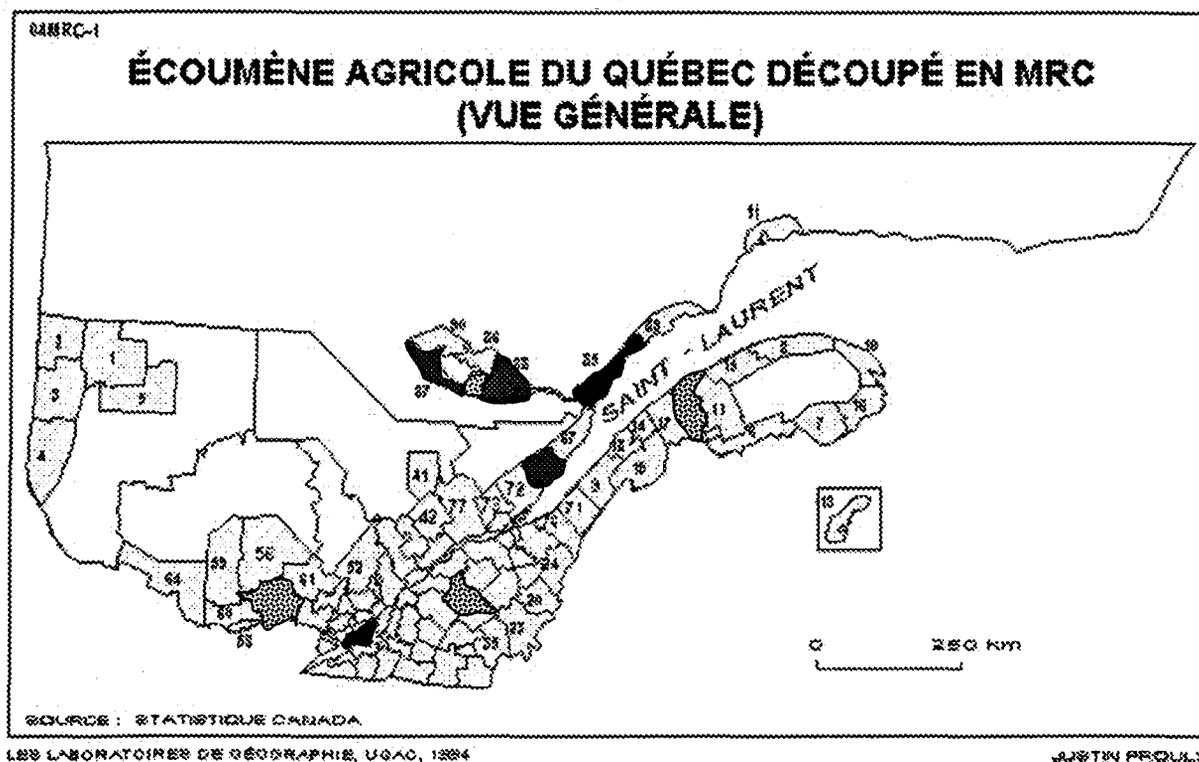


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

En examinant la carte 17, nous voyons une forte présence des produits de nature indéterminée dans la région de Montréal (13%). Toutefois, ce qui nous frappe le plus c'est la forte présence dans des régions touristiques comme le Saguenay-Lac-St-Jean, Charlevoix, l'Outaouais et la Gaspésie. La raison principale vient de la source d'information dominante

de cette catégorie que sont les guides touristiques. La forte présence dans la M.R.C. de la Haute-Côte-Nord est expliquée par l'art amérindien qui compte 12% de cette catégorie.

Carte 17 : M.R.C. de production de la catégorie indéterminée



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteur réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

Tableau 16: Exemples de produits de la catégorie indéterminée

Classe	Produits
Artisanat	Artisanat indéterminé
Bijoux	Bijou amérindien, broche, pendentif, boucles d'oreille, etc.
Objets décoratifs	Sculpture, sculptures autochtones, gravure, chandelle, etc.
Art amérindien	Art amérindien indéterminé
Divers	Estampe, reliure d'art, signet, mosaïque, etc.
Vêtements	Chapeau, construction textile, etc.

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

CHAPITRE V

RÉPARTITION SPATIALE DES PRODUITS ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS

Dans cette section, nous tenterons de définir les éléments de la répartition spatiale des produits issus des créneaux du patrimoine québécois de type bioalimentaire et métiers d'art en analysant les éléments suivants. Premièrement, la territorialisation de l'ensemble des produits. Deuxièmement, la proximité des lieux de production et des marchés. Troisièmement, la localisation de la production dans le milieu agricole. Et finalement, la relation entre la taille des populations municipales et leur nombre de produits.

5.1 Répartition spatiale des produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine québécois

5.1.1 Territorialisation de l'ensemble des produits bioalimentaires issus de créneaux du patrimoine québécois dans les M.R.C.

Il y a un total de 94 Municipalités régionales de comté (M.R.C.) au Québec, au cours de la réalisation de notre inventaire, nous avons trouvé des produits issus des créneaux du

patrimoine dans 90 MRC. Il existe fort probablement des produits issus des créneaux du patrimoine dans ces quatre MRC, c'est que dans les documents que nous avons utilisés pour la réalisation de cet inventaire, il n'en était pas fait mention. Dans le tableau 17 vous avez une liste des 15 MRC du Québec les plus productives en terme de produits issus des créneaux du patrimoine. Vous trouverez en annexe 1 le nombre de produits pour chacune des municipalités régionales de comté du Québec.

Tableau 17 : Les 15 meilleures M.R.C. productrices de produits bioalimentaires

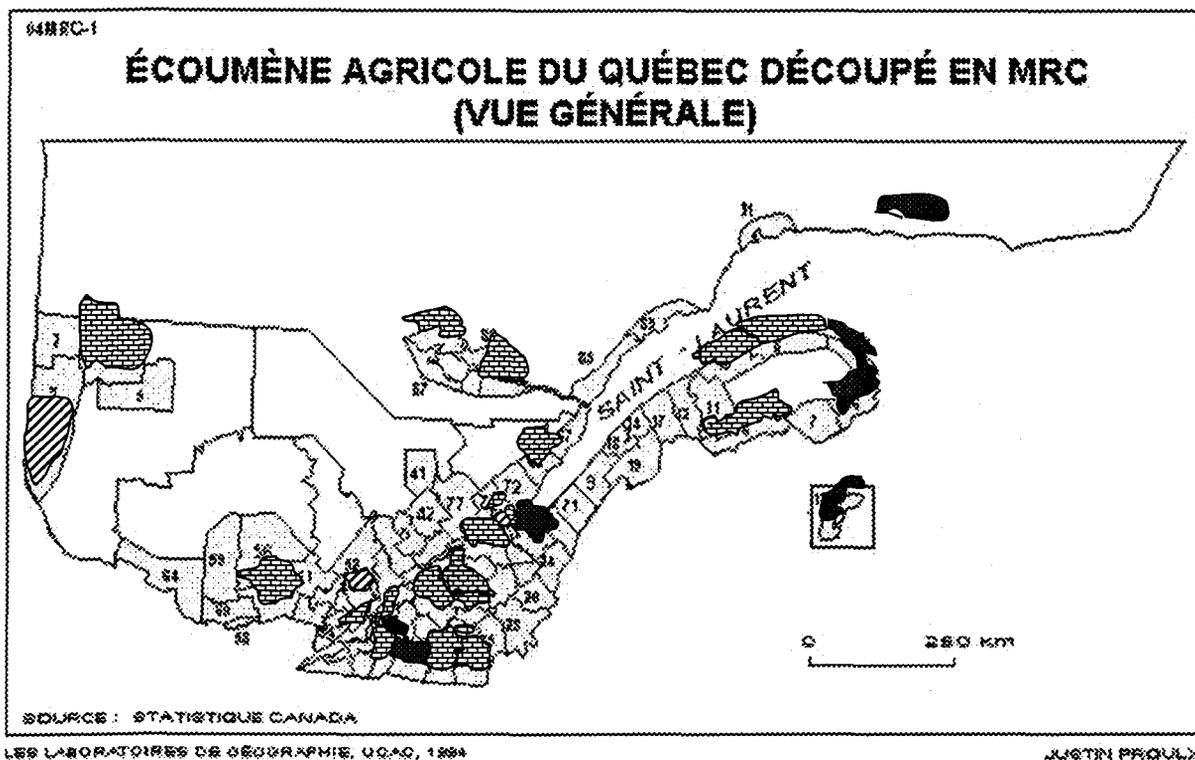
M.R.C.	Région	Produits
Rouville	Montréal	55
Les Îles-de-la-Madeleine	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	38
Pabok	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	34
Mingamie	Côte-Nord	34
Brome-Missisquoi	Montréal	33
La Côte-de-Gaspé	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	31
Bellechasse	Chaudière-Appalaches	30
Les Chutes-de-la-Chaudières	Chaudière-Appalaches	27
Montcalm	Lanaudière	24
Témiscamingue	Abitibi-Témiscamingue	23
Le Haut-Richelieu	Montréal	20
Lotbinière	Chaudière-Appalaches	19
La Vallée-du-Richelieu	Montréal	19
Memphrémagog	Estrie	18
Papineau	Outaouais	18

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

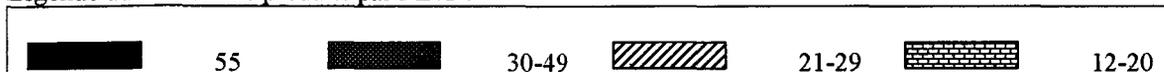
Vous pouvez voir en annexe 2 la répartition de la totalité des produits inventoriés pour chacune des M.R.C. de la province de Québec. La carte 18 a été bâtie en utilisant que les 30 M.R.C. les plus performantes. En l'examinant, nous pouvons remarquer que la plupart des MRC les plus productives proviennent de la région de la Montérégie, de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, de l'Estrie, des Bois-Francs et de Chaudière-Appalaches. Nous pouvons aussi en apercevoir dans les zones suivantes : Saguenay-Lac-St-Jean, Charlevoix, Québec, l'Estrie ainsi que l'Abitibi et l'Outaouais. En résumé, sur la carte des produits bioalimentaires vs MRC nous pouvons très bien localiser trois grandes zones révélatrices de produits :

- la Montérégie et l'Estrie;
- la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et la Côte-Nord.
- Chaudière-Appalaches et les Bois-Francs

Carte 18 : Les 30 meilleures M.R.C. productrices de produits bioalimentaires



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.1.1.1 Zone Montérégie et Estrie

Ce coin de notre province est particulièrement riche en production de fruits et légumes et des produits autres (érable, miel, etc.). Cette zone fournit 138 produits de la catégorie fruits et légumes et 88 produits de la catégorie autres, tels que : le vin, le cidre, du miel, la pomme, le sirop d'érable, les tartes à saveurs diverses, le beurre de pomme, les tartinades

diverses et coulis de fruits divers, etc. Étant donné la situation géographique de cette zone, nous pensons qu'elle est la plus productive en raison de son climat clément, donc propice à la culture.

5.1.1.2 Zone Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et Côte-Nord

En examinant le tableau 16, nous constatons que 3 des 15 meilleures M.R.C. proviennent de la même région administrative. En effet, seules les M.R.C. de Bonaventure (28^e rang sur une possibilité de 90 M.R.C. avec 10 produits) et celle de Denis-Riverin (31^e rang avec 9 produits) et ne figurent pas dans les 15 meilleures des M.R.C. productrices de produits issus des créneaux du patrimoine. Nous pouvons donc conclure que cette région administrative utilise bien le patrimoine comme source de différenciation des autres régions. Vous pouvez retrouver principalement dans cette région administrative des produits provenant de la mer comme : le barbu, le homard, la morue (nature, salée ou séchée), le crabe, la sole, le turbot, le saumon, le hareng (nature ou salé) etc. 85% des produits de cette zone font partie de la catégorie viandes et substituts.

Comme les Îles-de-la-Madeleine sont situées dans l'Océan Atlantique, les produits issus des créneaux du patrimoine inventoriés sont principalement des fruits de mer et des poissons et quelques fruits (bleuet, canneberge, plaquebière, framboise et fraise des champs). La production de fruits est très limitée puisqu'aucun producteur précis n'a été mentionné dans les documents que nous avons consultés pour réaliser notre inventaire. Par contre, la

pêche de poissons et de fruits de mer y est très bien organisée. Dans notre inventaire, nous avons identifié les entreprises qui revendent les produits pêchés et non les pêcheurs en raison de la documentation disponible.

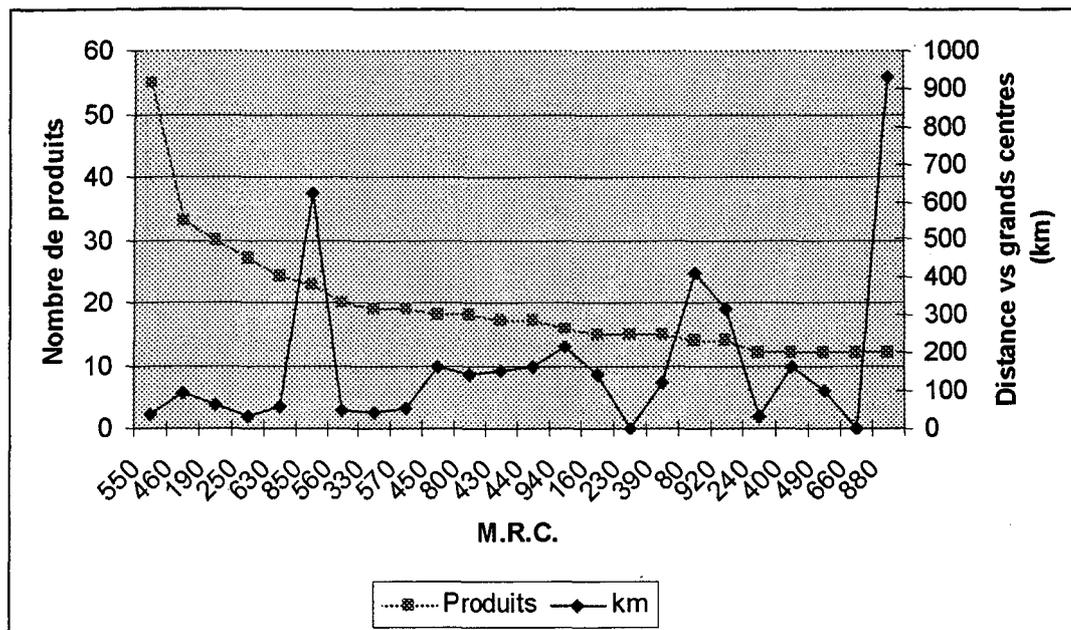
5.1.1.3 Zone Chaudière-Appalaches et Bois-Francs

Nous retrouvons principalement dans cette zone des produits de l'érable. Il y a aussi en moins grande quantité des produits de miel, du fromage, ainsi que des produits de la pomme. Les produits issus de cette zone s'apparentent beaucoup à ceux que l'on retrouve dans la zone Montérégie-Estrie, toutefois, les pourcentages de production diffèrent. En effet, la zone Montérégie-Estrie se concentre dans la production de fruits et légumes (52% de sa production) contre 33% pour la catégorie autres. La zone Chaudière-Appalaches et Bois-Francs se spécialise dans la catégorie autres (42%) tandis que les fruits et légumes, bien qu'il soit la deuxième production majeure, obtient 22%. La zone Chaudière-Appalaches et Bois-Francs est celle des trois zones qui a la production la plus diversifiée car outre les deux catégories mentionnées plus haut, les autres catégories sont présentes avec des pourcentages non négligeables : 15% de produits laitiers, 13% de viandes et desubstituts et 8% de pains et céréales. Ceci est bien différent de la zone Gaspésie—Îles-de-de-la-Madeleine avec 85% de sa production concentrée dans la catégorie viandes et substituts.

5.1.2 Proximité des marchés

Nous avons utilisé les 30 meilleures M.R.C. productrices de produits bioalimentaires du tableau 17 (annexe 3) et nous avons calculé la distance en kilomètre qui les séparent des grands centres du Québec à l'aide du site internet Mapquest (www.mapquest.com). Les grands centres du Québec étant Montréal et la ville de Québec. En regardant le graphique 18 qui nous donne la courbe du nombre de produits versus celle des distances des M.R.C. avec les grands centres en s'aperçoit que les deux courbes n'ont rien à voir l'une et l'autre. En effet s'il y avait eu une relation entre la faible distance entre les M.R.C. et les grands centres vs le grand nombre de produits, tel qu'on le pensait, nous aurions eu deux courbes inversement proportionnelles ce qui n'est pas le cas en regardant le graphique 18. De plus, en examinant la carte 18, nous remarquons que les régions comme la Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine, le Saguenay-Lac-St-Jean, l'Abitibi sont des régions très éloignées des grands centres mais elles fournissent quand même beaucoup de produits bioalimentaires. Nous pouvons donc affirmer qu'il n'y a pas de relation directe entre la distance entre une M.R.C. et son grand centre et le nombre de produits que celles-ci fournit.

Graphique 18 : Nombre de produits bioalimentaires vs la distance entre les grands centres et les 30 plus importantes M.R.C.



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

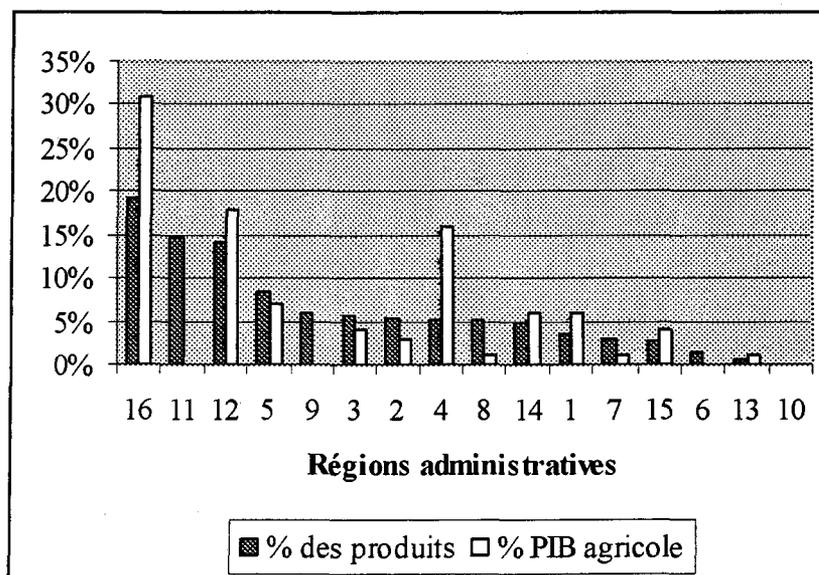
5.1.3 Présence dans le milieu agricole

Nous avons voulu savoir s'il y avait une relation entre le nombre de produits bioalimentaires et leur présence en milieu agricole. Pour se faire nous avons utilisé le % du P.I.B. (produit intérieur brut) agricole de 1997 de chacune des régions administratives et nous l'avons comparé au % que ces dernières détenaient du nombre de produits bioalimentaires total (graphique 10). Vous trouverez en annexe 4, un tableau exprimant toutes ces données.

En examinant le graphique 19, nous pouvons affirmer que le nombre de produits bioalimentaires est directement lié au PIB agricole car les deux courbes sont pratiquement juxtaposées. Il y a toutefois des exceptions. Tout d'abord, la région de la Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine et la Côte-Nord ne sont pas des régions agricoles. Ces régions tirent en majeure partie leurs produits bioalimentaires des fruits de mer et des poissons. Finalement, la région de la Mauricie-Bois-Francs a un fort PIB agricole comparativement à son nombre de produits. Nous pouvons présumer que peut être les sources d'informations que nous avons utilisées ne nous permettaient pas de recueillir un nombre important des produits bioalimentaires de cette région. Il ne faut pas oublier que nos sources d'informations étaient de majorité des guides d'informations touristiques donc peut être que l'agriculture n'est pas exploitée comme source de tourisme dans cette région ou que celle-ci est faite plutôt pour approvisionner les grands marchés d'alimentation du Québec.

Nous pouvons penser que les produits bioalimentaires sont fabriqués en majorité dans la localité de leur matière première. En effet, il est plus facile de fabriquer un produit de qualité en transformant un produit frais que de transformer un produit de quelques jours. La situation géographique de ces produits nous permet de croire que les savoir-faire se sont développés en fonction des ressources d'un territoire. Par exemple, la majorité des produits à base de fruits de mer proviennent en majeure partie de producteurs qui habitent sur les bords du St-Laurent.

Graphique 19 : % du total des produits bioalimentaires vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives

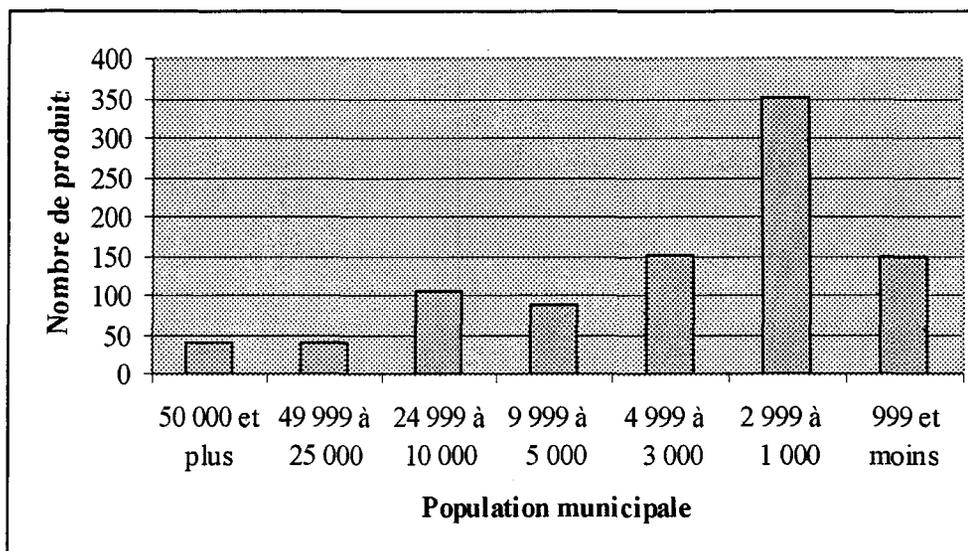


Sources : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois et Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec (2004).

5.1.4 La taille des municipalités

Comme nous l'avons vu dans la section ci-haut, les productions de produits bioalimentaires issus des créneaux du patrimoine sont localisées principalement dans des régions administratives où l'agriculture est fortement présente. Il est donc logique de constater à l'aide du graphique 20, que les produits issus des créneaux du patrimoine de type bioalimentaire sont situés majoritairement dans des petites municipalités. La courbe présentée dans le graphique 20 nous montre que 80% des produits bioalimentaires proviennent de municipalités de 9 999 citoyens et moins. La taille des populations municipales la plus représentée est celle des 2 999 à 1 000 habitants avec 38% des produits.

Graphique 20 : Nombre de produits bioalimentaires vs la taille des populations municipales



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.2 Répartition spatiale des produits métiers d'art issus des créneaux du patrimoine québécois

5.2.1 Territorialisation de l'ensemble des produits métiers d'art issus de créneaux du patrimoine québécois dans les M.R.C.

Nous retrouvons des produits issus des créneaux du patrimoine de type métiers d'art dans 74 M.R.C. du Québec. Ce qui laisse 20 M.R.C. où nous n'avons pas déniché de métiers d'art. Comme ce fût le cas dans la catégorie bioalimentaire ceci n'implique pas nécessairement que ces M.R.C. ne contiennent pas d'artisans en métiers d'art. Il s'agit peut être seulement d'artisan qui pratiquent leur art comme un passe-temps. La grande majorité

des artisans qui sont inscrits dans le répertoire des métiers d'art sont des gens qui vivent de leur art. Parmi les 74 M.R.C. que nous avons répertoriées, le tableau 18 nous renseigne sur les 15 meilleures M.R.C. productives de métiers d'art. En annexe 5 se trouve un tableau présentant le nombre de produits pour chacune des M.R.C. que nous avons répertoriées.

Tableau 18 : Les 15 meilleures M.R.C. productrices de produits métiers d'art

MRC	Région	Produits
Communauté-Urbaine-de-Montréal	Montréal	471
Communauté-Urbaine-de-Québec	Québec	103
Les Laurentides	Laurentides	87
Le Haut-Richelieu	Montérégie	44
Champlain	Montérégie	42
La Vallée-du-Richelieu	Montérégie	41
L'Île-d'Orléans	Québec	39
Le Fjord-du-Saguenay	Saguenay--Lac-St-Jean	33
Les Îles-de-la-Madeleine	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	30
Lajemmerais	Montérégie	27
Roussillon	Montérégie	27
Deux-Montagnes	Laurentides	25
Matawinie	Lanaudière	24
La Haute-Côte-Nord	Côte-Nord	24
L'Islet	Chaudière-Appalaches	20

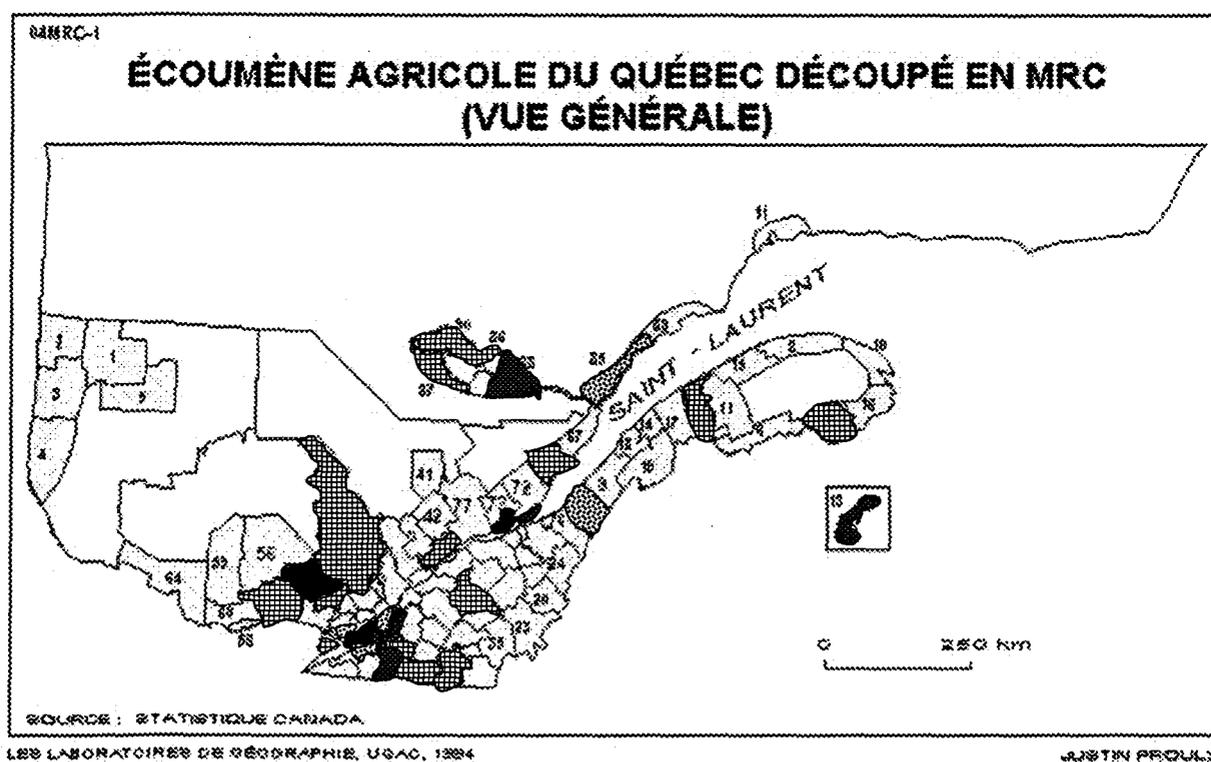
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

La carte 19 nous répartie géographiquement les 28 meilleures M.R.C. productrices de produits métiers d'art. Par contre, si vous voulez consulter la représentation géographique de la totalité des produits inventoriés pour toutes les M.R.C du Québec vous pouvez le faire

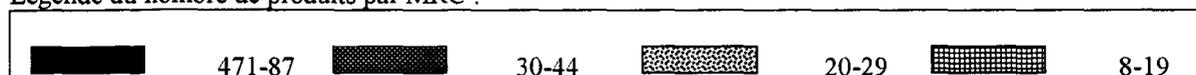
en consultant l'annexe 6. À la lumière de la carte 19, nous sommes en mesure d'identifier quatre zones de grande productivité de produits métiers d'art, soit :

- Montréal et la Montérégie;
- Québec et l'Île-d'Orléans;
- Les Laurentides, Lanaudière et l'Outaouais;
- Le Saguenay-Lac-St-Jean et la Haute-Côte-Nord.

Carte 19 : Les 28 meilleures M.R.C. productrices de produits métiers d'art



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.2.1.1 Zone Montréal et Montérégie

La M.R.C. de la Communauté-Urbaine-de-Montréal détient plus du tiers des produits issus des créneaux du patrimoine. C'est définitivement la M.R.C. la plus prolifique car elle détient largement la position de tête dans toutes les sous-catégories sans exception. En combinant cette M.R.C. avec celles de la Montérégie, nous obtenons près de la moitié (49%) de tous les produits que nous avons inventoriés.

Les métiers d'art comme la fabrication de meuble, d'objets de verre, etc. sont des métiers que l'on enseigne dans des écoles de formation. Nous pensons donc que c'est peut être une des raisons qui explique pourquoi les producteurs sont situés près de Montréal. De plus, des artisans comme ceux qui travaillent le verre ont des coûts de production passablement élevés en raison de l'achat du four et de son opération. Certains artisans partagent donc leurs ateliers afin de diminuer leurs frais. Il serait probablement plus difficile de trouver un autre artisan qui fait le même métier que soi dans une région moins peuplée. Finalement, les artisans des métiers d'art sont beaucoup moins tributaires de leur lieu géographique de production que les producteurs de produits bioalimentaires car leurs matières premières ne sont pas périssables et ne sont pas influencées par le climat. En effet, un artisan du cuir ou un peintre peuvent acheter leurs matières premières où bon leur semble et les transformer en œuvre d'art dans un appartement du Plateau Mont-Royal à Montréal.

5.2.1.2 Zone Québec et Île-d'Orléans

La M.R.C. de la Communauté-Urbaine-de-Québec détient à elle seule 7% de tous les produits de type métiers d'art. Elle est présente dans toutes les sous-catégories à l'exception de la catégorie indéterminée. Elle arrive en deuxième position dans les sous-catégories suivantes : textile, céramique, cuir et verre. Les raisons qui expliqueraient, selon nous, la présence de produits principalement dans la M.R.C. de Québec seraient les mêmes qui expliqueraient la forte présence dans celle de Montréal.

L'Île-d'Orléans est une destination touristique qui doit une présence importante de produits de métiers d'art (3%) en grande partie grâce au producteur la Forge à Pique-Assaut. Nous avons répertoriés qu'il produit 32 items en métal différents comme par exemple : des girouettes, des meubles, des chandeliers, des vases qu'ils fabriquent en acier, en aluminium, en cuivre, en fer, en laiton ou en platine.

5.2.1.3 Zone Laurentides, Lanaudière et Outaouais

La zone formée des M.R.C. Les Laurentides, Matawinie, Papineau, les Pays-d'en-Haut et celle de Deux-Montagnes produit 12% des produits inventoriés de type métiers d'art. La M.R.C. la plus productive est celle des Laurentides. Elle se spécialise dans les sous-catégories métaux, autres, bois et céramique. Ensuite, vient celle de Deux-Montagnes dont la majorité des produits sont fabriqués de métal. La M.R.C. des Pays-d'en-Haut bien qu'elle ne soit pas aussi prolifique que la M.R.C. de Deux-Montagnes, se spécialise aussi dans la

catégorie métaux. Puis, la M.R.C. de Matawinie qui est très diversifiée car elle compte des produits fabriqués de plusieurs matières premières différentes dont : la céramique, le cuir, le verre et le bois. Finalement, la M.R.C. de Papineau comprend principalement des items des catégories autres et indéterminée. Nous faisons l'hypothèse que cette zone est prolifique en produits métiers d'art en raison de sa proximité de Montréal.

5.2.1.4 Zone Saguenay-Lac-St-Jean et Haute-Côte-Nord

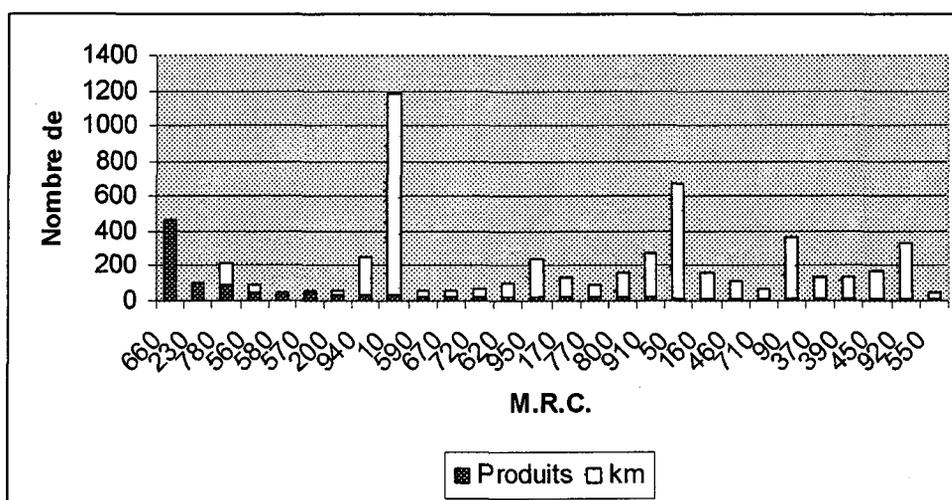
Cette zone est forte en artisanat, en art amérindien et dans la production d'objets décoratifs tel que des sculptures. Ceci peut être expliquée par le fait de la présence de plusieurs communautés amérindiennes sur ce territoire et aussi de la vocation touristique de cette zone.

5.2.2 Proximité des marchés

Afin de déterminer la distance entre les grands centres du Québec et les 28 M.R.C. productrices de métiers d'art, nous avons utilisé la même méthodologie que pour les produits bioalimentaires. Nous avons compilé nos résultats et nous avons produit le graphique 21. En examinant le graphique 21 nous pouvons constater que le nombre de produits est beaucoup plus élevé à gauche du graphique comparativement au nombre de kilomètres. Tandis que du côté droit du graphique, c'est l'inverse. Nous ne sommes presque pas en mesure de voir de produits alors que nous voyons clairement les barres du nombre de

kilomètres. Nous sommes venus à la conclusion que le nombre de produits et la distance entre les grands centres sont inversement proportionnel. Donc, plus une M.R.C. a de produits plus, elle est située près d'un grand centre.

Graphique 21 : Nombre de produits métiers d'art vs la distance entre les grands centres et les 28 plus importantes M.R.C.



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

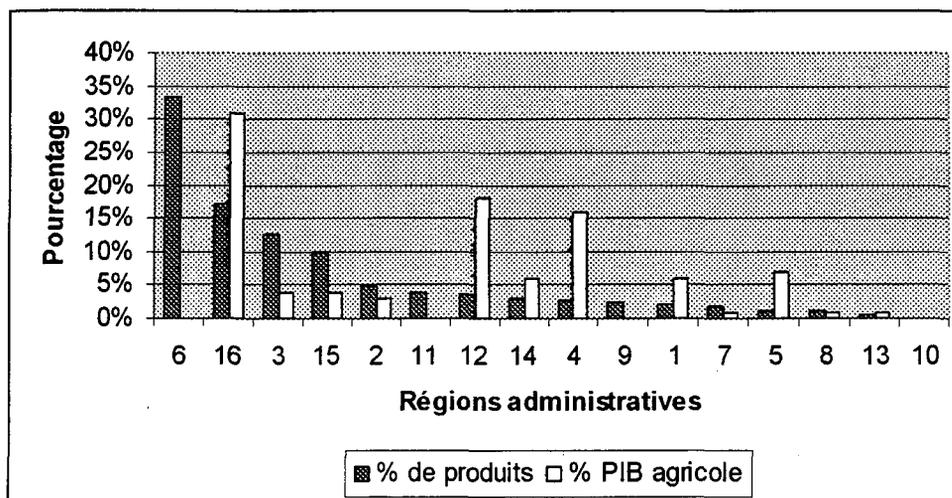
L'analyse des cartes géographiques de chacune des catégories de métiers d'art démontre clairement l'omniprésence de produits de métiers d'art dans les grands centres de Montréal et de Québec ainsi que dans leur périphérie. Nous pouvons peut être expliqué ce phénomène par le besoin des artisans de métiers d'art d'être près de leur marché. Ceci est peut être dû au prix élevé de leurs œuvres surtout si nous les comparons aux prix des produits bioalimentaires. En effet, une sculpture de verre coûte beaucoup plus cher qu'un fromage. Nous supposons que les salaires sont généralement plus élevés en ville qu'en

campagne, il est sûrement plus facile d'y vendre des marchandises à prix plus élevés. Les facteurs suivants peuvent probablement aussi influencer la proximité des artisans des grands centres, soit : le partage des coûts de production avec d'autres artisans, l'esprit de communauté artisanale des lofts-ateliers et le désir de demeurer près du lieu de leur formation initiale (ex : École des Beaux-Arts). Finalement, les artisans des métiers d'art ne dépendent pas de matières périssables pour la réalisation de leurs œuvres d'art. Ils peuvent donc les transporter facilement et produire dans le lieu géographique qui leur convient.

5.2.3 Présence dans le milieu agricole

Est-ce qu'il y a une relation entre la présence en milieu agricole et le nombre de produits métiers d'art? Afin de répondre à cette question, nous avons utilisé la même méthodologie que celle que nous avons utilisée pour analyser sous cet angle les produits bioalimentaires. En examinant le graphique 22, nous sommes venus à la conclusion que la production de métiers d'art se retrouve en milieu urbain (grands centres) mais aussi en milieu agricole. Nous remarquons toutefois que la présence en milieu urbain est plus grande car 46% de la totalité des produits se retrouvent dans la région de Montréal et celle de Québec. Si ce n'était de la région de la Montérégie avec son P.I.B. agricole important, le graphique 22 démontrerait clairement la suprématie des grands centres dans la production de produits de type métiers d'art. Il ne faut toutefois pas oublier que la Montérégie est une région périphérique de Montréal et des villes comme Saint-Lambert et Saint-Hubert sont seulement à 15 minutes de voiture de l'île de Montréal et ne sont pas à vocation agricole.

Graphique 22 : % du total des produits métiers d'art vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives



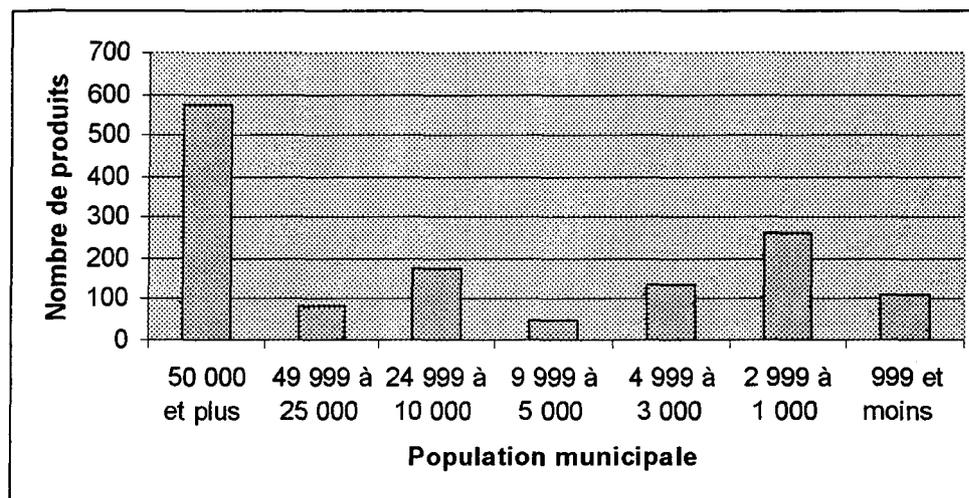
Sources : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois et Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec (2004).

5.2.4 La taille des municipalités

À la lumière des conclusions tirées des deux facteurs que nous venons de traiter soit, le PIB agricole et la proximité des marchés, nous pouvons présumer que la tranche de population municipale la plus présente sera celle qui renfermera la population de Montréal et celle de Québec. En effet en examinant le graphique 23, 41% de la production de métiers d'art s'effectue dans les municipalités de 50 000 habitants et plus. Cette tranche de population municipale est suivie de loin par celle qui contient des municipalités de populations entre 2 999 et 1 000 habitants. En effet, ces municipalités représentent 19% de la production totale de métiers d'art. Près du quart de produits provenant de cette tranche

sont produit dans les municipalités de St-Laurent sur l'Île-d'Orléans ainsi que dans celle de Val-Morin dans les Laurentides.

Graphique 23 : Nombre de produits métiers d'art vs la taille des populations municipales



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

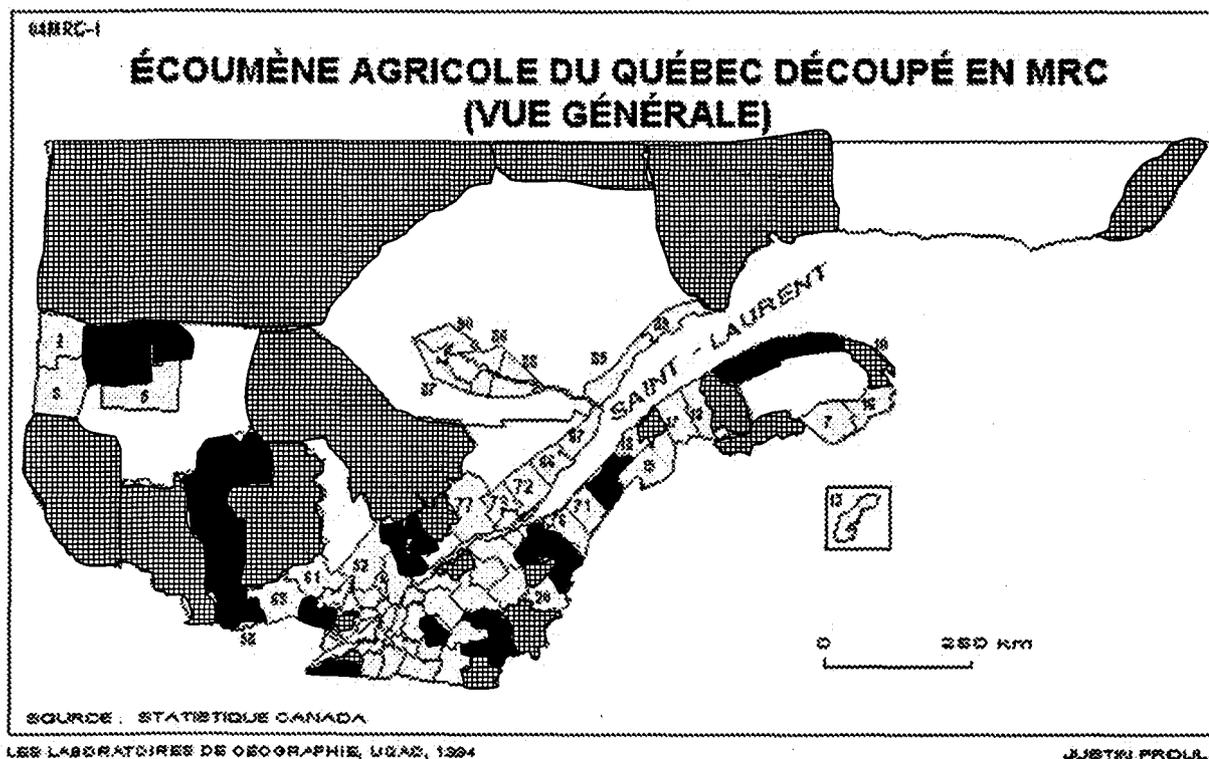
5.3 Les M.R.C. les moins performantes

Dans la section qui va suivre, nous allons examiner quelles sont les M.R.C. qui sont les moins performantes dans la production de produits métiers d'art et bioalimentaires. Nous allons examiner leur proximité avec leurs marchés, leurs potentiel agricole ainsi que la taille de leurs municipalités.

5.3.1 Les M.R.C. les moins performantes en produits métiers d'art

La carte 20 reflète les M.R.C. où nous retrouvons peu ou pas de produits issus des créneaux du patrimoine québécois de type métiers d'art. Nous avons identifié peu ou pas de produits métiers d'art dans les quatre zones suivantes : zone Estrie et Chaudière-Appalaches, zone Gaspésie et Bas-St-Laurent, zone Nord-du-Québec et Côte-Nord et zone Mauricie et Outaouais. Nous pouvons remarquer en comparant la carte 20 qui cartographie les 36 pires M.R.C. productrices de produits métiers d'art et la carte 18 qui représente les 30 meilleures M.R.C productrices de produits bioalimentaires, qu'elles se ressemblent. En effet, nous retrouvons la plupart des zones les plus performantes en terme de produits bioalimentaires comme l'Estrie, la Gaspésie, la Côte-Nord et Chaudières-Appalaches comme étant les moins performantes au niveau des métiers d'art. Ces 36 M.R.C. fournissent 17 produits métiers d'art contre 274 produits bioalimentaires, ce qui équivaut à près du tiers de cette catégorie.

Carte 20 : Les 36 M.R.C. faibles productrices de produits métiers d'art



Légende du nombre de produits par MRC :



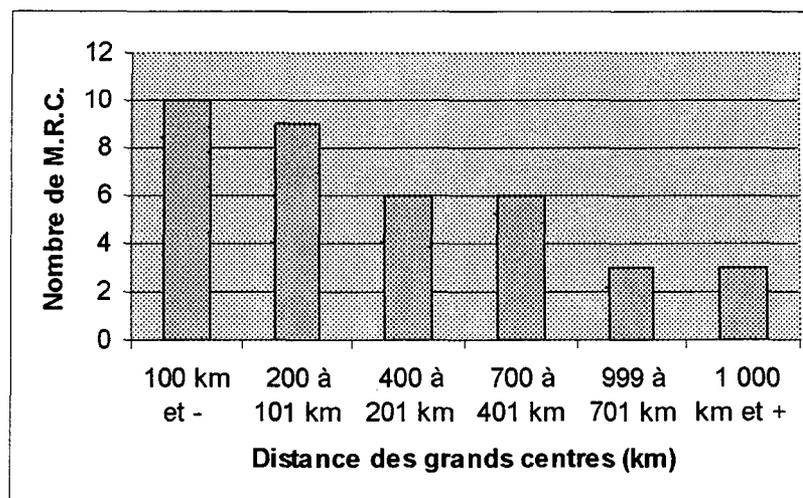
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.3.1.1 Proximité des marchés

La carte 20 démontre que le tiers des zones faibles en production de métiers d'art sont dans des régions très éloignées des grands centres que sont Montréal et Québec comme la Gaspésie, le Bas-St-Laurent, le Nord-du-Québec et la Côte-Nord. Cette faiblesse peut être expliquée par le fait que ces régions sont situées loin de marchés que sont les grands centres urbains. Il est donc plus difficile aux producteurs de ces régions de trouver preneur pour leur

produit même si ceux-ci ne sont pas périssables. Toutefois en regardant le graphique 24, nous remarquons que 52% des M.R.C. qui produisent peu ou pas de métiers d'art sont situées à moins de 200 km des grands centres. Elles sont situées principalement en Estrie, en Mauricie et en Chaudière-Appalaches. Nous pouvons remarquer à l'aide de la carte 20 que même si elles sont dans des régions plus près des grands centres, elles sont toutefois aux frontières des Etats-Unis. Vous trouverez en annexe 9, un tableau qui vous indiquera les distances qui séparent les M.R.C. faibles productrices de métiers d'art des grands centres.

Graphique 24 : Distance des grands centres des M.R.C. faibles productrice de produits métiers d'art



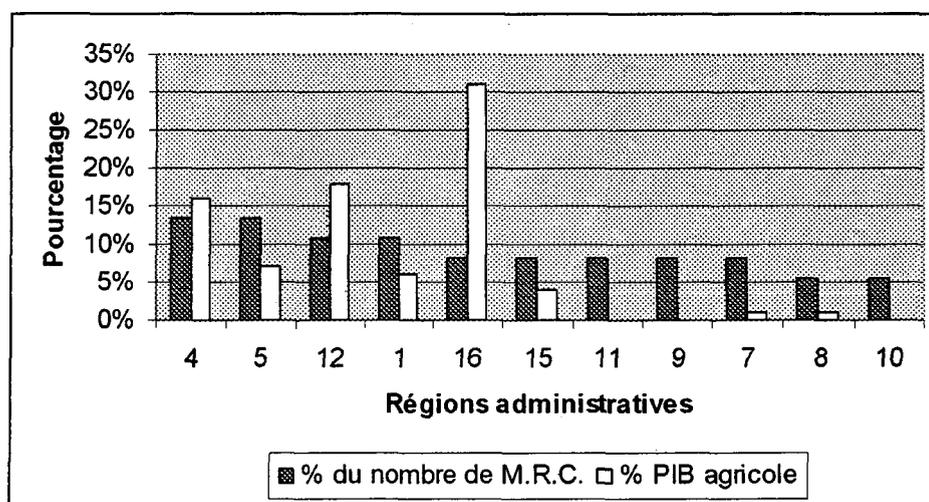
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.3.1.2 Présence en milieu agricole

Nous avons regroupé selon leur région administrative, les M.R.C. qui ont une faible production de produits métiers d'art. Puis, nous avons calculé le pourcentage que

représentait le nombre de ces M.R.C. sur le total pour chacune des régions administratives. Finalement, nous avons construit le graphique 25 en comparant le % du nombre de M.R.C. et le % de P.I.B. agricole pour chacune des régions administratives. Nous avons obtenu comme résultat que les régions qui regroupent le plus de M.R.C. faibles en production de métiers d'art sont celles qui ont les P.I.B. agricoles les plus élevés. Nous avons démontré que les M.R.C. performantes en production de métiers d'art sont généralement près des grands centres, alors il est logique de constater que celles qui sont moins productives se retrouvent plus en milieu rural.

Graphique 25 : % du total des M.R.C. faibles productrices de métiers d'art vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives

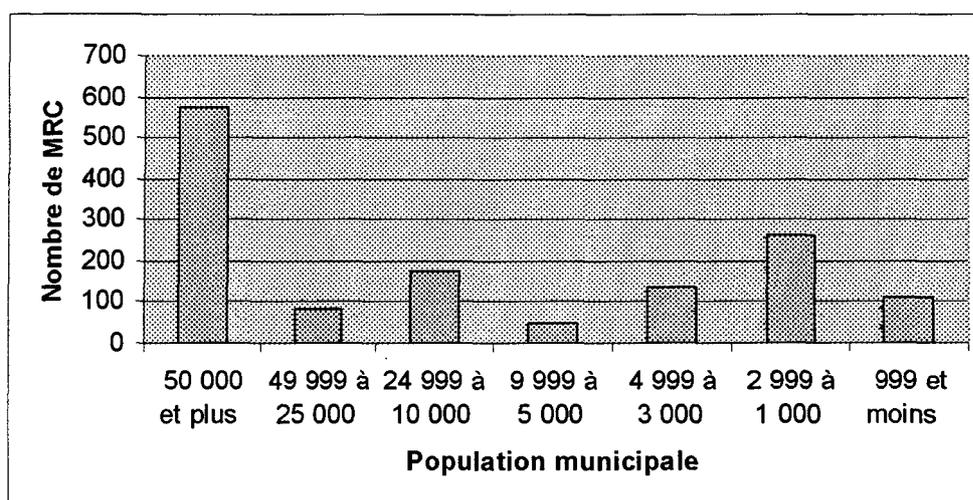


Sources : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois et Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec (2004).

5.3.1.3 La taille des municipalités

Des 36 M.R.C. qui produisent peu ou pas de produit métiers d'art, nous avons éliminé les 19 M.R.C. qui ne produisent pas de métiers d'art. Nous avons donc déterminé la tranche de population dans laquelle les 17 M.R.C. étaient situées. Nous avons découvert en examinant le graphique 26 que la taille des municipalités la plus présente dans les M.R.C. qui produisent peu de métiers d'art, soit celle qui compte une population entre 2 999 à 1 000 habitants, est la même que celle qui est la plus répandue chez les M.R.C. productrices de produits bioalimentaires. Nous constatons encore une fois que les données des M.R.C. faibles en production de métiers d'art et celles riches en produits bioalimentaires se comportent sensiblement de la même manière.

Graphique 26: Nombre de M.R.C. faibles productrices de métiers d'art vs taille des populations municipales

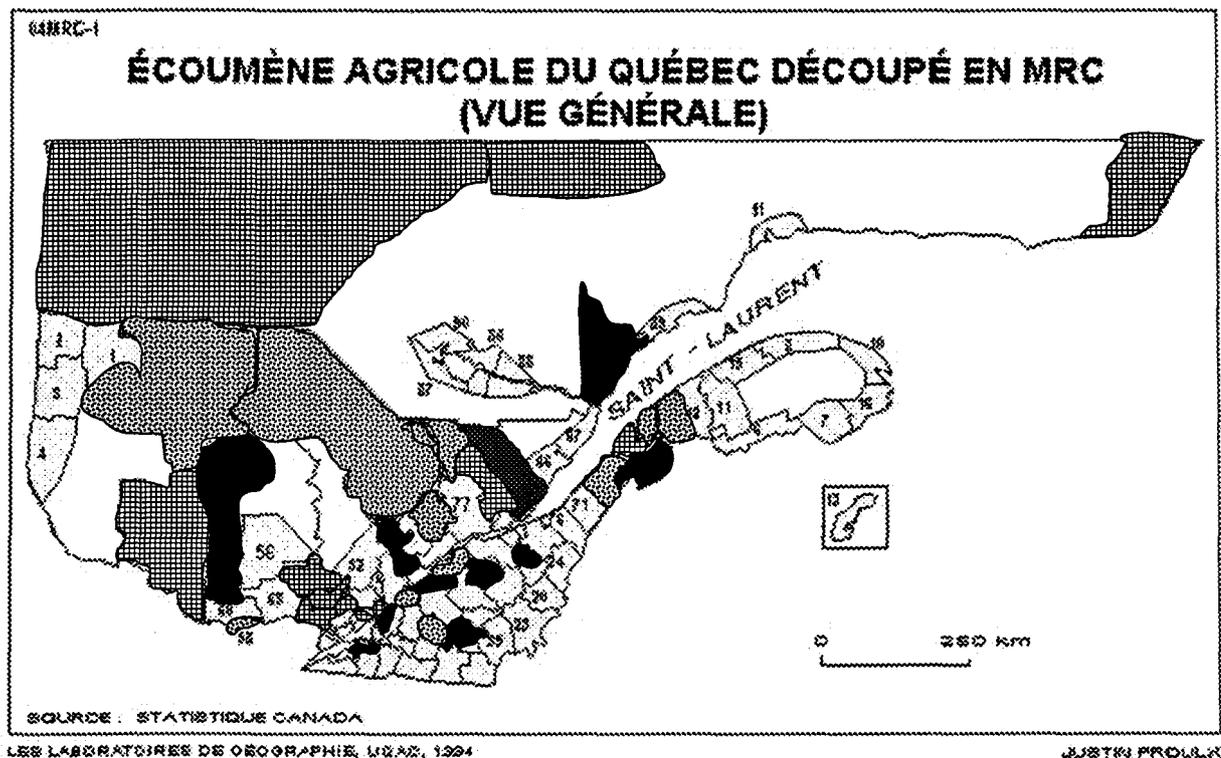


Sources : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois et Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec (2004).

5.3.2 Les M.R.C. les moins performantes en produits bioalimentaires

En examinant la carte 21, nous sommes en mesure de constater qu'il y a trois zones peu performantes en produits bioalimentaires, soit : la zone Maurice-Bois-Francs et Québec, la zone Bas-St-Laurent et la zone Laurentides et Montérégie. Nous ne pouvons établir la même relation que nous avons observée entre les M.R.C. faibles en produits métiers d'art et les M.R.C. performantes en bioalimentaires, soit que les deux cartes se ressemblaient beaucoup. Nous avons observé seulement quatre M.R.C. communes aux M.R.C. les moins performantes en produits bioalimentaires et les meilleures M.R.C. productrice de métiers d'art. En additionnant les produits bioalimentaires de ces 34 M.R.C., nous obtenons 45 produits comparativement à 256 produits métiers d'art (18% du total).

Carte 21 : Les 34 M.R.C. faibles productrices de produits bioalimentaires



Légende du nombre de produits par MRC :



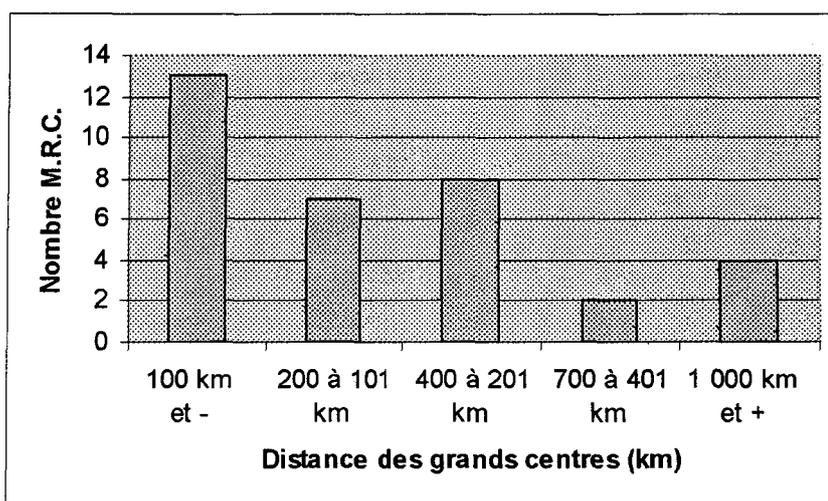
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.3.2.1 Proximité des marchés

Nous avons déterminé dans une section précédente que les produits bioalimentaires étaient produits en majeure partie dans des régions éloignées des grands centres. En observant le graphique 27, nous constatons que les M.R.C. qui produisent de faible quantité de produits bioalimentaires sont relativement près de leur marché que sont Montréal et

Québec. Ceci pourrait donc expliquer pourquoi ces M.R.C. produisent peu de produits bioalimentaires. Vous trouverez en annexe 10, un tableau qui contient les distances entre les grands centres et les M.R.C. qui produisent peu de produits bioalimentaires.

Graphique 27 : Distance des grands centres des M.R.C. faibles productrice de produits bioalimentaires

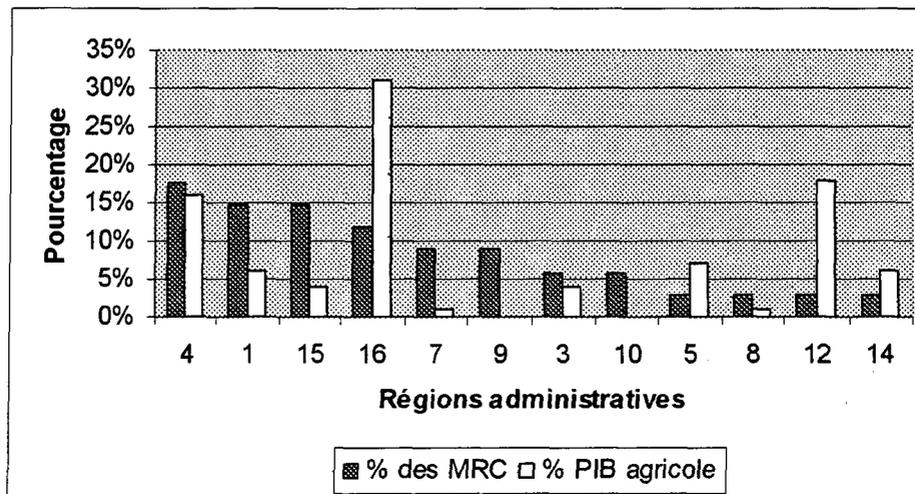


Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.3.2.2 Présence dans le milieu agricole

Le graphique 28 démontre les M.R.C. faibles productrices de bioalimentaires se retrouvent autant dans des régions fortes en agriculture que dans des régions où l'agriculture est moins importante. Nous ne pouvons donc tirer aucune conclusion concernant la présence en milieu agricole des M.R.C. qui fabriquent peu de produits bioalimentaires.

Graphique 28 : % du total des M.R.C. faibles productrices de bioalimentaires vs % du PIB agricole québécois en fonction des régions administratives

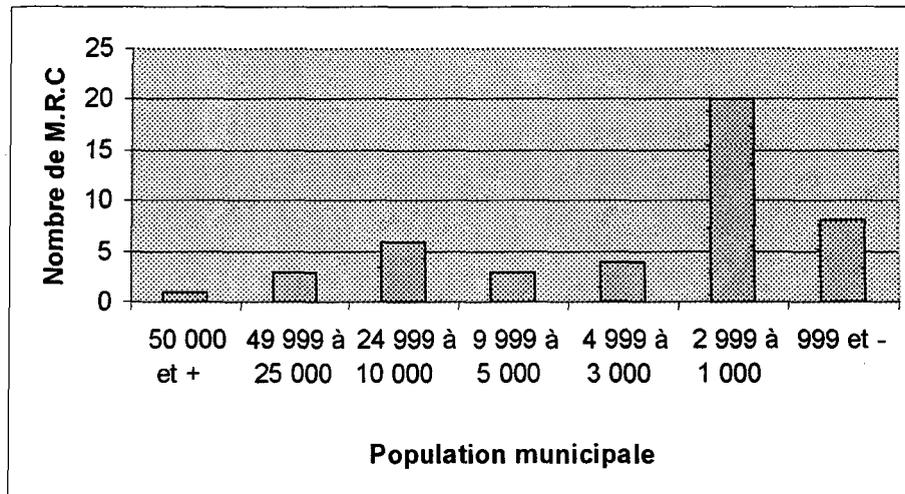


Sources : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois et Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec (2004).

5.3.2.3 La taille des municipalités

Nous avons utilisé 45 municipalités provenant de 22 M.R.C. faibles productrices de bioalimentaires pour bâtir le graphique 29. Nous ne pouvions utiliser les 12 M.R.C. restantes car elle ne comportait aucun produit que nous pouvions situer dans une municipalité. Le graphique 29, nous permet de voir que la classe de population municipale la plus fréquente est encore une fois celle de 2 999 à 1 000 habitants. Ce résultat nous déroute quel que peu car nous nous serions attendu à ce que les tranches de population municipale plus grandes soient beaucoup plus présentes. Donc, ce ne sont pas les grandes villes qui produisent peu de produits bioalimentaires.

Graphique 29 : Nombre de M.R.C. faibles productrices de bioalimentaires vs taille des populations municipales



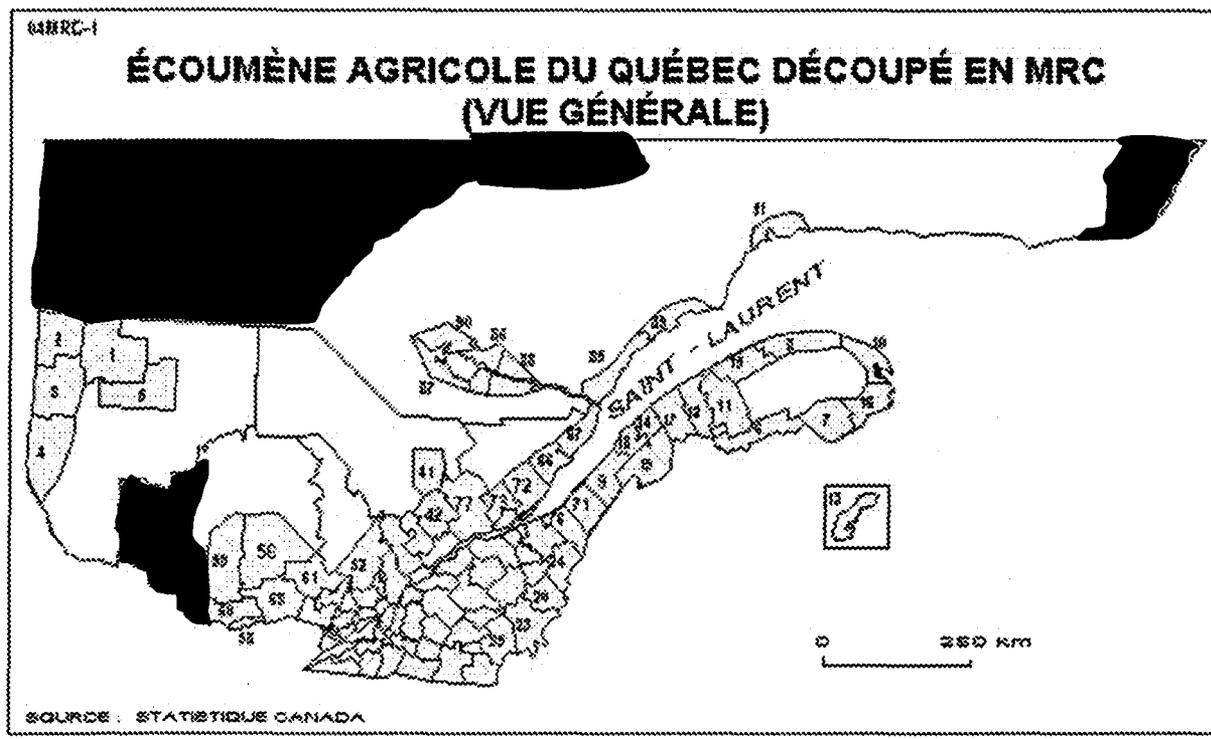
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

5.3.3 Les M.R.C. dont nous avons répertorié aucun produit

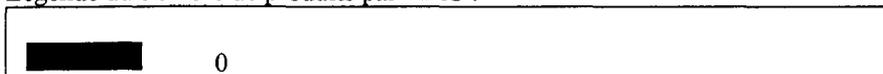
Nous avons fait une carte regroupant les M.R.C. dont nous n'avons répertorié aucun produit. Il existe fort probablement des produits issus des créneaux du patrimoine dans ces M.R.C. peut être que les sources d'information que nous avons ne permettaient pas de les identifier. En examinant la carte 22, nous constatons qu'il s'agit en majeure partie de régions très éloignées de grands centres et à très faible population. Les producteurs de produits issus des créneaux du patrimoine de ces M.R.C. sont donc très loin de leurs marchés et ne font pas partie de l'écoumène agricole. Ces territoires sont peu accessible par les routes et la plupart du temps le transport de marchandises s'effectue par avion.

Toutefois, en examinant bien la carte 22, nous avons été étonné d'y trouver une M.R.C. située au sud-ouest du Québec. Il s'agit de la M.R.C de Pontiac. À premières vues nous ne comprenions pas pourquoi une M.R.C. avec cette emplacement géographique ne produisait pas de produits issus des créneaux du patrimoine. En consultant le site internet de cette M.R.C. (www.mrcpontiac.qc.ca), nous avons remarqué quelques facteurs explicatifs. Tout d'abord, il n'y a pas de grosses municipalités. Nous ne connaissions aucunes des municipalités de cette M.R.C. Nous avons eu de la difficulté à localiser une de ces municipalités sur le site internet de mapquest. Ensuite, cette région ne possède pas de grosses attractions touristiques connues car ses principales attractions sont un cycloparc et des multiples lacs et rivières. Finalement, selon le site internet de la M.R.C., il existe un fort potentiel acéricole mais il n'est pas du tout exploité.

Carte 22 : Les M.R.C. sans produits issus des créneaux du patrimoine



Légende du nombre de produits par MRC :



Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

CONCLUSION

Le but de ce mémoire était d'élargir nos connaissances sur les produits issus des créneaux du patrimoine québécois. Nous sommes maintenant en mesure d'avancer qu'il y a deux grandes classes de produits issus des créneaux du patrimoine au Québec soit, les métiers d'art et les produits bioalimentaires. En examinant les matières premières de ces produits, nous avons pu dégager les sous-catégories suivantes : fruits et légumes, viandes et substituts, produits laitiers, pains et céréales, élevage, métaux, textile, autres, bois, verre, céramique, indéterminé et cuir.

En analysant les cartes géographiques, nous avons vu l'émergence de zones très actives. Du côté des produits bioalimentaires, nous avons identifié les trois zones suivantes : la Montérégie et l'Estrie, la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et la Côte-Nord et finalement, Chaudière-Appalaches et les Bois-Francs. En ce qui concerne les métiers d'art, nous avons pu localiser quatre zones qui se distinguent de part leur productivité, soit : la zone Montréal et la Montérégie, la zone Québec et l'Île-d'Orléans, la zone Laurentides, Lanaudière et Outaouais et la zone Saguenay-Lac-St-Jean et Haute-Côte-Nord.

Sur la plupart des variables que nous avons étudiées, les catégories métiers d'art et bioalimentaire obtenaient des résultats contraires. Tout d'abord, les produits métiers d'art sont fabriqués principalement à proximité des marchés que sont Montréal et Québec alors que les produits bioalimentaires sont pour la plupart produits dans des M.R.C. qui ne sont pas situées près des grands centres. Ensuite, les produits bioalimentaires sont très présents en milieu agricole alors que cette relation est beaucoup moins évidente chez les produits métiers d'art. Puis, les métiers d'art foisonnent dans les municipalités de 50 000 habitants et plus alors que les produits bioalimentaires se retrouvent principalement concentrés dans des municipalités variant de 3 000 à 1 000 résidants. Finalement, nous avons observé que les meilleures M.R.C. de produits bioalimentaires sont sensiblement les même que celles qui sont moins performantes en métiers d'art. Toutefois, nous n'avons pas pu observé cette relation entre les meilleures M.R.C. de produits métiers d'art et les M.R.C. moins performantes en produits bioalimentaires.

Nous n'avons pu analyser les produits issus des créneaux du patrimoine québécois dans son ensemble car les produits métiers d'art étant plus nombreux et tellement présents dans les grands centres ce qui faisait en sorte que nous obtenions des résultats similaires à ceux de la catégorie métiers d'art.

Au cours de cette recherche nous avons rencontré plusieurs difficultés et nous nous sommes confrontés à des limites. Premièrement, notre plus grande difficulté a été de trouver

des écrits sur le patrimoine qui ne faisaient pas que référence au patrimoine bâti. Deuxièmement, il était impératif pour nous de faire un inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine car aucune source telle que Statistique Canada ou le M.A.P.A.Q. ne nous procurait une solution clés en main. Troisièmement, cet inventaire a été très long à réaliser, c'est pourquoi nous n'avons pas pu pousser notre analyse comme nous l'aurions voulu sur les causes de l'émergence des produits issus des créneaux du patrimoine québécois. Nous avons donc analysé les données que nous avons recueillies et nous avons pu tirer que peu de conclusions. En fait, il s'agissait de variables corrélées entre elles. En effet, si un produit est confectionné dans un grand centre tel que Montréal, il est logique de penser que son PIB agricole sera peu élevé car on ne fait pas d'agriculture à Montréal. De plus, s'il provient d'un grand centre, la population municipale sera élevée.

Il nous semble que les produits issus des créneaux du patrimoine ont connu un grand essor au cours cinq dernières années. Nous serions curieux de voir en actualisant les données de vérifier si leur nombre a beaucoup augmenté, s'il existe de nouvelles catégories, si ce sont les mêmes sous-catégories qui dominent et si leur répartition géographique a changé. Les zones d'activités intenses sont-elles toujours les mêmes? Si effectivement le nombre de ces produits a augmenté, lesquels parmi les facteurs suivants sont responsables de cet essor: la conjoncture économique favorable, la conjoncture agricole propice à la diversification, la préexistence des savoir-faire, la recherche de produits individualisés, une bonne adaptation

au milieu ou la présence de la demande? Voici autant de questions que nous aurions aimé répondre mais peut être que d'autres études s'y attarderont.

Cette recherche a mis en relief une façon de se distinguer que pourraient utiliser les régions qui voient de plus en plus de grosses entreprises fermées. Elles pourraient fouiller dans leur patrimoine pour trouver un bijou de produits qu'elles ont oublié qu'elles possédaient.

BIBLIOGRAPHIE

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE (1996). *Guide touristique de l'Abitibi-Témiscamingue 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DU BAS-ST-LAURENT (1996). *Guide touristique Du Bas-St-Laurent 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE CHARLEVOIX (1996). *Guide touristique de Charlevoix 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE CHAUDIÈRE-APPALACHES (1996). *Guide touristique de Chaudière-Appalache 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DU CŒUR DU QUÉBEC (1996). *Guide touristique du Cœur du Québec 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE DUPLESSIS (1996). *Guide touristique de Duplessis 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE L'ESTRIE (1996). *Guide touristique de l'Estrie 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE LA GASPÉSIE (1996). *Guide touristique de la Gaspésie 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DES ÎLES-DE-LA-MADELEINE (1996). *Guide touristique des Îles-de-la-Madeleine 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE LANAUDIÈRE (1996). *Guide touristique de Lanaudière 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DES LAURENTIDES (1996). *Guide touristique des Laurentides 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE LAVAL (1996). *Guide touristique de Laval 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE MANICOUAGAN (1996). *Guide touristique de Manicouagan 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE LA MONTÉRIE (1996). *Guide touristique de la Montérégie 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE MONTRÉAL (1996). *Guide touristique de Montréal 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DU NOUVEAU-QUÉBEC-BAIE-JAMES (1996). *Guide touristique du Nouveau-Québec-Baie-James 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE L'OUTAOUAIS (1996). *Guide touristique de l'Outaouais 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE QUÉBEC (1996). *Guide touristique de Québec 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DU SAGUENAY-LAC-ST-JEAN (1996). *Guide touristique du Saguenay-Lac-St-Jean 1996-1997*, Tourisme Québec, 82 p.

CHASSAGNE, Marie-Élizabeth (1995) *Entrepreneuriat et compétences gestionnelles chez les producteurs ruraux* dans O.C.D.E. (ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE) (1995). *Créneaux commerciaux et développement rural*, Paris, O.C.D.E., p. 33-55.

CLEMENSON, Heather (1995). *Les aménités rurales et création d'emplois et d'entreprises* dans O.C.D.E. (ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE) (1995). *Créneaux commerciaux et développement rural*, Paris, O.C.D.E., p.57-76

COMITÉ ORGANISATEUR DU FORUM DU PATRIMOINE DE TROIS-RIVIÈRES (1992). *Le forum québécois du patrimoine : Actes de la rencontre de Trois-Rivières et programme des assises 1992*, Laval, Le Forum du patrimoine, 56 p.

COMITÉ PERMANENT DES COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE (1993). *Un pays singulier dans sa diversité : réponse du gouvernement du Canada aux recommandations présentées par le Comité permanent des communications et de la culture dans son rapport intitulé les liens qui nous unissent*, Ottawa, Communications Canada, 41p.

COMMISSION MONDIALE DE LA CULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT UNESCO (1995). *Notre diversité créatrice : rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement*, Paris, UNESCO, 299 p.

CONSEIL DES MÉTIERS D'ART DU QUÉBEC (1994). *Répertoire : Les artisans et artisanes professionnels en métiers d'art du Québec*, Montréal, Le Conseil des métiers d'art du Québec, 206 p.

CONSEIL DES MÉTIERS D'ART DU QUÉBEC (1995). *Corrections et mises à jour du répertoire des artisans et artisanes du Conseil des métiers d'art du Québec*, Montréal, Le Conseil des métiers d'art du Québec, 8 p.

CONSEIL DES MÉTIERS D'ART DU QUÉBEC (1995). *Nouveaux membres du répertoire des artisans et artisanes du Conseil des métiers d'art du Québec*, Montréal, Le Conseil des métiers d'art du Québec, 8 p.

CREVOISIER, Olivier. (1996). *Mondialisation et territorialisation de l'économie : les approches homogénéisante et particularisante*. Université de Neuchâtel. 10 p.

C.R.I.Q. (1995). *Entreprise de transformations et de distributions de produits bioalimentaires du Saguenay-Lac-St-Jean*.

C.R.I.Q. (1994). *Répertoire des entreprises et des produits bioalimentaires du Québec*.

FÉDÉRATION DES PARCS NATURELS DE FRANCE, MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, MINISTÈRE DE LA CULTURE. (1982). *Les Parcs naturels et le patrimoine ethnologique*, Paris, Fédération des parcs naturels de France, 90 p.

FOROWICZ, Yadwiga (1995). *Économie internationale : à l'heure des grandes transformations*, Laval, Beauchemin, 402 p.

FORTIN, Marie-Josée (1995). *La mise en valeur du patrimoine bâti résidentiel, indicateur d'une revitalisation socio-économique*, Chicoutimi, Université du Québec à Chicoutimi, 27p.

GAGNÉ, Pierrette. LEFÈVRE, Michel. (1995). *Le futur présent : L'individu et l'organisation dans la nouvelle économie*, Publi-Relais, Montréal, P. 81

GERMAIN, Annick (1996). *Le patrimoine à l'ère post-moderne : à la recherche du sens perdu*, dans ICOMOS Canada Bulletin, vol. 5, no 2, p. 12-17

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (1988). *Loi S32.01 sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs*.

GUERRY, Pierre (1995) *Produits créneaux et spécificité territoriale* dans O.C.D.E. (ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE) (1995). *Créneaux commerciaux et développement rural*, Paris, O.C.D.E., p. 77-91.

LAMONTAGNE, Sophie-Laurence et Bernard Genest (dir.) (1994). *Le patrimoine immatériel : Méthodologie d'inventaire pour les savoirs, les savoir-faire et les porteurs de traditions*, Québec, Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, 135 p.

LIBRAIRIE LAROUSSE (1989). *Petit Larousse illustré 1990*, Librairie Larousse, Paris, 1680 p.

LIPIANSKY, Edmond-Marc (1995). *Communication interculturelle et modèles identitaires* dans SAEZ, Jean-Pierre (dir.) (1995). *Identités, cultures et territoires*, Paris, Desclée de Brouwer, 271 p.

McKENNA, Régis, (1992), Marketing l'ère de la diversité, Marketing sans frontières, Cahier spécial de Harvard l'Expansion, Publication du groupe l'Expansion, p.69 à 77

M.A.P.A.Q. (Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec) (1994). *Vocabulaire marketing, Directions du développement des marchés du M.A.P.A.Q.*, 28 pages.

M.A.P.A.Q. (Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec) (2004). *Profil régional de l'industrie bioalimentaire du Québec : estimation pour 2002.*, 131 pages.

O.C.D.E. (Organisation de coopération et de développement économique) (1995). *Créneaux commerciaux et développement rural*, Paris, O.C.D.E., 163 p.

PROULX, Marc-Urbain et FORTIN, Marie-Noël (1997), *Les créneaux du patrimoine dans l'économie monde*, Trames, no12, p.56-61

PROULX, Marc-Urbain (1997). *Une économie de la fierté*, Continuité, Hiver 1997, no 71, p. 15-19

PROULX, Marc-Urbain (1996a). *Les créneaux du patrimoine et le développement des petits territoires ruraux au Québec*, Sommet économique Solidarité rurale, 11 p.

PROULX, Marc-Urbain (1996b). *Petits territoires, culture et la nouvelle économie*, Congrès du Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec à Carleton du 6 au 7 juin 1996, 15 p.

PROULX, Marc-Urbain (1995). *Le mariage entre culture locale et innovation industrielle*, L'Agora, Hors série, Novembre 1995, p. 52-53

MASCHINO, Dalil (1991). *La mondialisation de l'économie et les changements dans l'organisation du travail au sein des entreprises au Québec*, Gouvernement du Québec, Ministère du Travail Centre de recherche et de statistiques sur le marché du travail, Québec. P. 60

MOREL, Alain (1995). *Politiques culturelles, productions d'images et développement local* dans SAEZ, Jean-Pierre (dir.) (1995). *Identités, cultures et territoires*, Paris, Desclée de Brouwer, p. 131-143

SAEZ, Jean-Pierre (dir.) (1995). *Identités, cultures et territoires*, Paris, Desclée de Brouwer, 271 p.

SANTÉ CANADA (1990). *Le guide alimentaire canadien*.

SIMARD, Cyril (1989). *L'économuséologie : Comment rentabiliser une entreprise culturelle*, Montréal, Centre Éducatif et Culturel inc., 170 p.

RAUTENBERG, Michel dans SAEZ, Jean-Pierre (dir.) (1995). *Identités, cultures et territoires*, Paris, Desclée de Brouwer, p. 197-206

VAN DE WALLE, Isabelle (dir.) (1987). *Le patrimoine local, un outil de développement*, Paris, Association nationale pour le développement local et les pays, 299 p.

ANNEXE 1

TABLEAU DES PRODUITS BIOALIMENTAIRES ISSUS DES CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS DANS CHACUNE DES M.R.C.

Tableau 19: Nombre de produits bioalimentaires dans chacune des M.R.C. du Québec

M.R.C.	Région	Produits
Rouville	Montréal	55
Les Îles-de-la-Madeleine	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	38
Pabok	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	34
Mingamie	Côte-Nord	34
Brome-Missisquoi	Montréal	33
La Côte-de-Gaspé	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	31
Bellechasse	Chaudière-Appalaches	30
Les Chutes-de-la-Chaudières	Chaudière-Appalaches	27
Montcalm	Lanaudière	24
Témiscamingue	Abitibi-Témiscamingue	23
Le Haut-Richelieu	Montréal	20
Lotbinière	Chaudière-Appalaches	19
La Vallée-du-Richelieu	Montréal	19
Memphrémagog	Estrie	18
Papineau	Outaouais	18
Sherbrooke	Estrie	17
Coaticook	Estrie	17
Avignon	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	16
Le Fjord-du-Saguenay	Saguenay--Lac-St-Jean	16
Charlevoix	Québec	15
Communauté-Urbaine-de-Québec	Québec	15
Arthabaska	Mauricie--Bois-Francs	15
Matane	Bas-St-Laurent	14
Maria-Chapdelaine	Saguenay--Lac-St-Jean	14
Denis-Riverin	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	12
Desjardins	Chaudière-Appalaches	12
Asbestos	Estrie	12
Drummond	Mauricie--Bois-Francs	12
Communauté-Urbaine-de-Montréal	Montréal	12

M.R.C.	Région	Produits
Abitibi	Abitibi-Témiscamingue	12
Bonaventure	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	11
Les Etchemins	Chaudière-Appalaches	11
Charlevoix-Est	Québec	10
L'Islet	Chaudière-Appalaches	10
Les Jardins-de-Napierville	Montérégie	10
Mirabel	Laurentides	10
Le Domaine-du-Roy	Saguenay--Lac-St-Jean	10
Sept-Rivières	Côte-Nord	10
La Mitis	Bas-St-Laurent	9
Deux-Montagnes	Laurentides	9
Abitibi-Ouest	Abitibi-Témiscamingue	9
Robert-Cliche	Chaudière-Appalaches	8
Le Granit	Estrie	8
Francheville	Mauricie--Bois-Francs	8
La Haute-Yamaska	Montérégie	8
Le Haut-Saint-Laurent	Montérégie	8
Beauharnois-Salaberry	Montérégie	8
L'Amiante	Chaudière-Appalaches	7
Portneuf	Québec	7
Matawinie	Lanaudière	7
Les Collines-de-l'Outaouais	Outaouais	7
L'Île-d'Orléans	Québec	6
Les Moulins	Lanaudière	6
Manicouagan	Côte-Nord	6
Beauce-Sartigan	Chaudière-Appalaches	5
Le Haut-Saint-François	Estrie	5
Les Maskoutains	Montérégie	5
Champlain	Montérégie	5
Joliette	Lanaudière	5
Laval	Laval	5

M.R.C.	Région	Produits
Vaudreuil-Soulanges	Montérégie	5
Rouyn-Noranda	Abitibi-Témiscamingue	5
Lac-Saint-Jean-Est	Saguenay--Lac-St-Jean	5
Témiscouata	Bas-St-Laurent	4
Montmagny	Chaudière-Appalaches	4
Le Centre-de-la-Mauricie	Mauricie--Bois-Francs	4
D'Autray	Lanaudière	4
Antoine-Labelle	Laurentides	4
La Matapédia	Bas-St-Laurent	3
La Nouvelle-Beauce	Chaudière-Appalaches	3
L'Érable	Mauricie--Bois-Francs	3
Le Val-Saint-François	Estrie	3
Nicolet-Yamaska	Mauricie--Bois-Francs	3
Maskinongé	Mauricie--Bois-Francs	3
Lajemmerais	Montérégie	3
Roussillon	Montérégie	3
La Rivière-du-Nord	Laurentides	3
La Vallée-de-la-Gatineau	Outaouais	3
La Haute-Côte-Nord	Côte-Nord	3
La Côte-de-Beaupré	Québec	2
Rimouski-Neigette	Bas-St-Laurent	1
Les Basques	Bas-St-Laurent	1
Kamouraska	Bas-St-Laurent	1
Mékinac	Mauricie--Bois-Francs	1
Bécancour	Mauricie--Bois-Francs	1
Acton	Montérégie	1
Le Bas-Richelieu	Montérégie	1
Communauté-Urbaine-de-l'Outaouais	Outaouais	1
Vallée-de-l'Or	Abitibi-Témiscamingue	1
Le Haut-Saint-Maurice	Mauricie--Bois-Francs	1

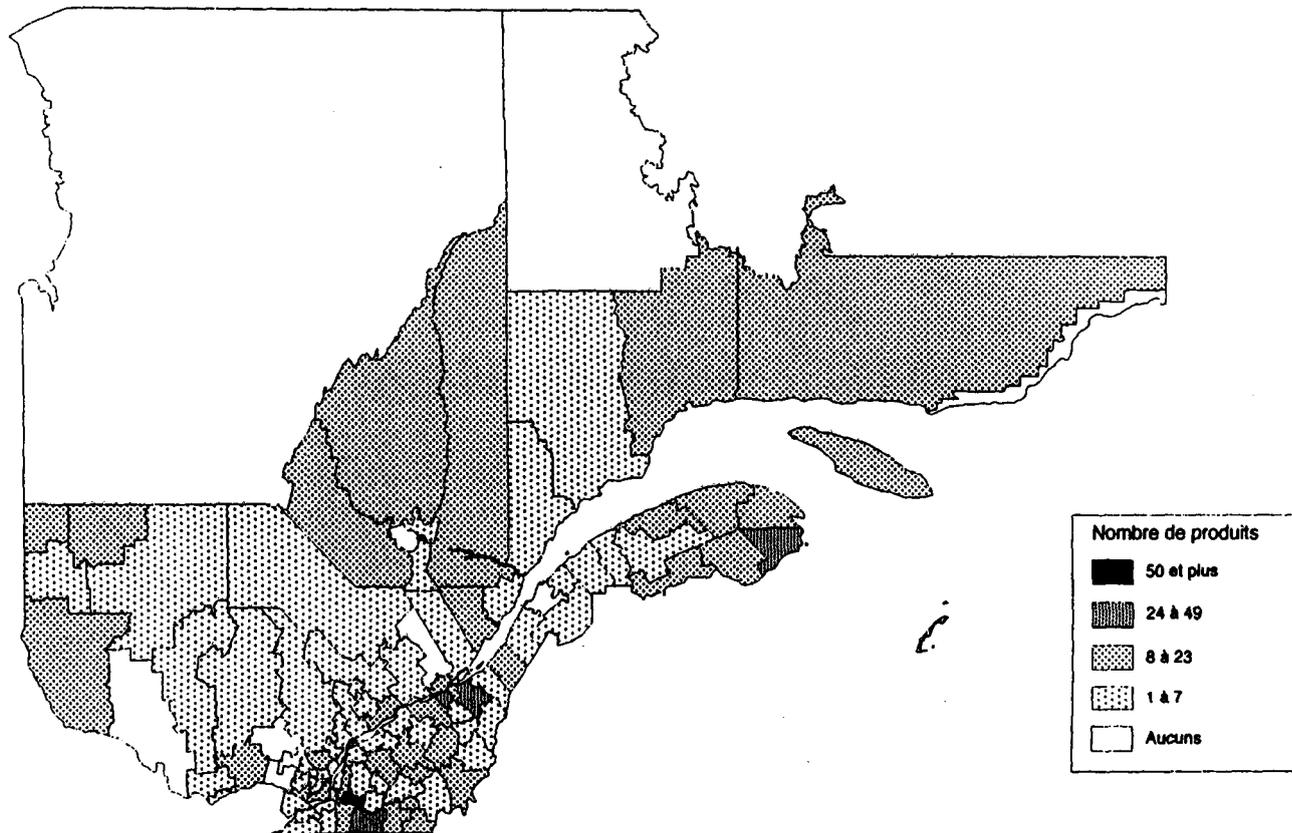
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

ANNEXE 2

**CARTES DES PRODUITS BIOALIMENTAIRES ISSUS DES
CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS DANS
CHACUNE DES M.R.C.**

PRODUITS BIO-ALIMENTAIRES

MUNICIPALITÉS RÉGIONALES DE COMTÉ DU QUÉBEC



ANNEXE 3

TABLEAU DES DISTANCES ENTRE LES GRANDS CENTRES ET LES 30 MEILLEURES M.R.C. PRODUCTRICES DE PRODUITS BIOALIMENTAIRES

**Tableau 20 : Distances des grandes centres entre les 30 meilleures M.R.C.
productrices de produits bioalimentaires du Québec**

M.R.C.	Région	Produits	Distance (km)	Grands centres
Rouville	Montérégie	55	37	Montréal
Les Îles-de-la-Madeleine	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	38	806	Québec
Pabok	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	34	671	Québec
Mingamie	Côte-Nord	34	766	Québec
Brome-Missisquoi	Montérégie	33	97	Montréal
La Côte-de-Gaspé	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	31	725	Québec
Bellechasse	Chaudière-Appalaches	30	65	Québec
Les Chutes-de-la-Chaudières	Chaudière-Appalaches	27	32	Québec
Montcalm	Lanaudière	24	59	Montréal
Témiscamingue	Abitibi-Témiscamingue	23	623	Montréal
Le Haut-Richelieu	Montérégie	20	48	Montréal
Lotbinière	Chaudière-Appalaches	19	40	Québec
La Vallée-du-Richelieu	Montérégie	19	53	Montréal
Memphrémagog	Estrie	18	166	Montréal
Papineau	Outaouais	18	140	Montréal
Sherbrooke	Estrie	17	152	Montréal
Coaticook	Estrie	17	166	Montréal
Avignon	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	16	540	Québec
Le Fjord-du-Saguenay	Saguenay--Lac-St-Jean	16	215	Québec
Charlevoix	Québec	15	140	Québec
Québec	Québec	15	0	Québec
Arthabaska	Mauricie--Bois-Francs	15	124	Québec
Matane	Bas-St-Laurent	14	415	Québec
Maria-Chapdelaine	Saguenay--Lac-St-Jean	14	318	Québec
Denis-Riverin	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	12	484	Québec
Desjardins	Chaudière-Appalaches	12	32	Québec
Asbestos	Estrie	12	165	Montréal
Drummond	Mauricie--Bois-Francs	12	100	Montréal
Montréal	Montréal	12	0	Montréal
Abitibi	Abitibi-Témiscamingue	12	929	Montréal

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

ANNEXE 4

TABLEAU DU % DU TOTAL DES PRODUITS BIOALIMENTAIRES VS DU PIB AGRICOLE SELON LES RÉGIONS ADMINISTRATIVES

Tableau 21 : Le % du total des produits bioalimentaires vs le % du PIB agricole québécois selon les régions administratives

Régions administratives	Nombre de produits	PIB agricole ('000 000\$)	% du nombre de produits	% PIB agricole
Montréal	185	700	19%	31%
Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	142	n.s	15%	0%
Chaudière-Appalaches	136	410	14%	18%
Estrie	81	160	8%	7%
Côte-Nord	58	n.s	6%	0%
Québec	55	90	6%	4%
Saguenay--Lac-St-Jean	52	80	5%	3%
Mauricie--Bois-Francs	50	360	5%	16%
Abitibi-Témiscamingue	50	30	5%	1%
Lanaudière	47	130	5%	6%
Bas-St-Laurent	33	130	3%	6%
Outaouais	29	20	3%	1%
Laurentides	26	90	3%	4%
Montréal	12	n.s	1%	0%
Laval	5	30	1%	1%
Nord-du-Québec	0	n.s	0%	0%
Total	961	2230		

Sources : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois et Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec (2004).

ANNEXE 5

**TABLEAU DES PRODUITS MÉTIERS D'ART ISSUS DES
CRÉNEAUX DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS DANS
CHACUNE DES M.R.C.**

Tableau 22: Nombre de produits métiers d'art dans chacune des M.R.C. du Québec

M.R.C.	Région	Produits
Communauté-Urbaine-de-Montréal	Montréal	471
Communauté-Urbaine-de-Québec	Québec	103
Les Laurentides	Laurentides	87
Le Haut-Richelieu	Montérégie	44
Champlain	Montérégie	42
La Vallée-du-Richelieu	Montérégie	41
L'Île-d'Orléans	Québec	39
Le Fjord-du-Saguenay	Saguenay--Lac-St-Jean	33
Les Îles-de-la-Madeleine	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	30
Lajemmerais	Montérégie	27
Roussillon	Montérégie	27
Deux-Montagnes	Laurentides	25
Matawinie	Lanaudière	24
La Haute-Côte-Nord	Côte-Nord	24
L'Islet	Chaudière-Appalaches	20
Les Pays-d'en-Haut	Laurentides	19
Papineau	Outaouais	19
Le Domaine-du-Roy	Saguenay--Lac-St-Jean	18
Bonaventure	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	17
Charlevoix	Québec	16
Brome-Missisquoi	Montérégie	14
Vaudreuil-Soulanges	Montérégie	13
La Mitis	Bas-St-Laurent	11

M.R.C.	Région	Produits
Francheville	Mauricie--Bois-Francis	10
Arthabaska	Mauricie--Bois-Francis	9
Memphrémagog	Estrie	9
Maria-Chapdelaine	Saguenay--Lac-St-Jean	9
Rouville	Montréal	8
L'Amiante	Chaudière-Appalaches	7
La Haute-Yamaska	Montréal	7
Joliette	Lanaudière	7
Laval	Laval	7
Thérèse-de-Blainville	Laurentides	7
Vallée-de-l'Or	Abitibi-Témiscamingue	7
Pabok	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	6
Rimouski-Neigette	Bas-St-Laurent	6
Beauce-Sartigan	Chaudière-Appalaches	6
L'Érable	Mauricie--Bois-Francis	6
Drummond	Mauricie--Bois-Francis	6
Nicolet-Yamaska	Mauricie--Bois-Francis	6
Les Maskoutains	Montréal	6
Lac-Saint-Jean-Est	Saguenay--Lac-St-Jean	6
Rivière-du-Loup	Bas-St-Laurent	5
Montmagny	Chaudière-Appalaches	5
La-Jacques-Cartier	Québec	5
Le Val-Saint-François	Estrie	5
Le Bas-Richelieu	Montréal	5
Montcalm	Lanaudière	5
Abitibi-Ouest	Abitibi-Témiscamingue	5
Témiscouata	Bas-St-Laurent	4
Charlevoix-Est	Québec	4
Desjardins	Chaudière-Appalaches	4
Les Chutes-de-la-Chaudières	Chaudière-Appalaches	4
Lotbinière	Chaudière-Appalaches	4
L'Assomption	Montréal	4
Manicouagan	Côte-Nord	4
La Côte-de-Beaupré	Québec	3

M.R.C.	Région	Produits
Portneuf	Québec	3
Les Moulins	Lanaudière	3
Communauté-Urbaine-de-l'Outaouais	Outaouais	3
Rouyn-Noranda	Abitibi-Témiscamingue	3
D'Autray	Lanaudière	2
Les Jardins-de-Napierville	Montérégie	2
La Rivière-du-Nord	Laurentides	2
Mingamie	Côte-Nord	2
Administration régional Kativik	Côte-Nord	2
Denis-Riverin	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	1
Matane	Bas-St-Laurent	1
Kamouraska	Bas-St-Laurent	1
Bellechasse	Chaudière-Appalaches	1
La Nouvelle-Beauce	Chaudière-Appalaches	1
Les Etchemins	Chaudière-Appalaches	1
Le Centre-de-la-Mauricie	Mauricie--Bois-Francs	1
Asbestos	Estrie	1
Le Haut-Saint-François	Estrie	1
Sherbrooke	Estrie	1
Acton	Montérégie	1
Maskinongé	Mauricie--Bois-Francs	1
Le Haut-Saint-Laurent	Montérégie	1
Argenteuil	Laurentides	1
Les Collines-de-l'Outaouais	Outaouais	1
La Vallée-de-la-Gatineau	Outaouais	1
Abitibi	Abitibi-Témiscamingue	1

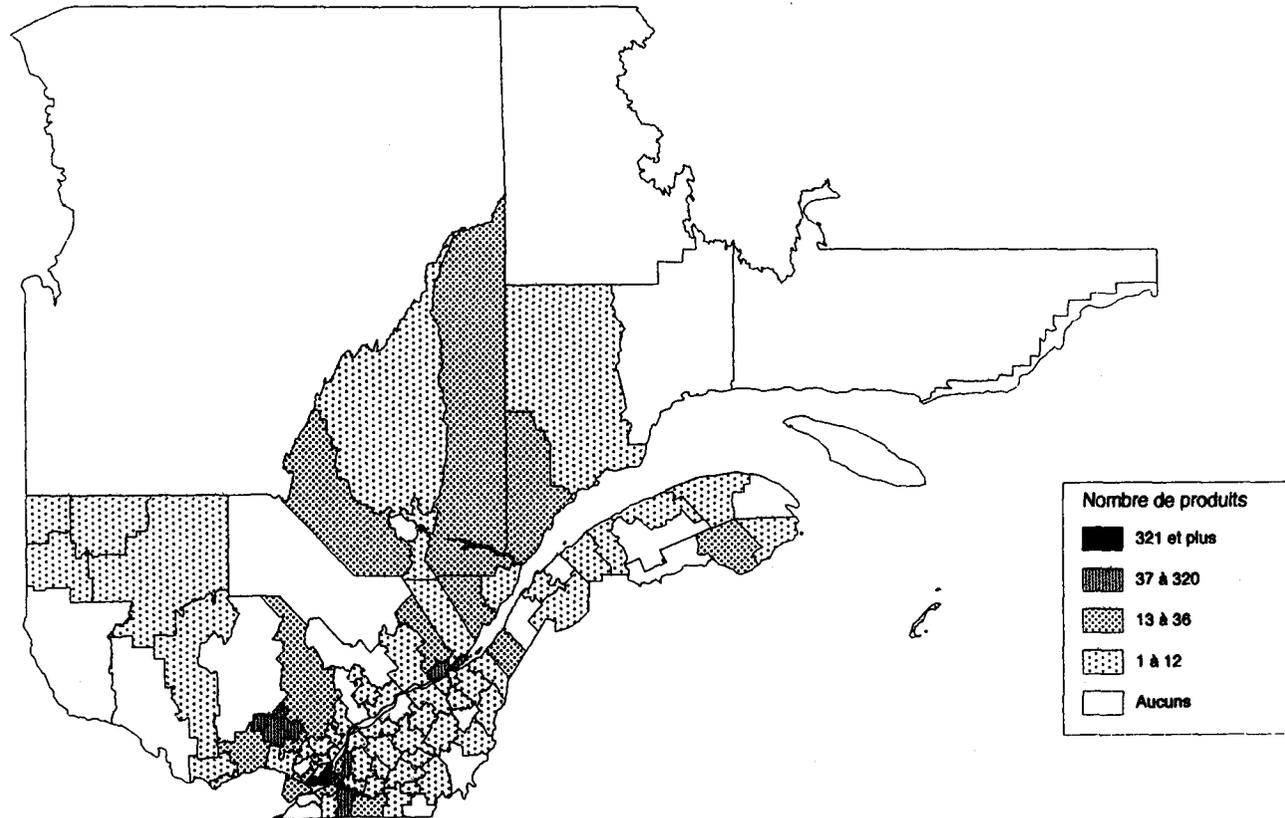
Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

ANNEXE 6

**CARTES DES PRODUITS MÉTIERS D'ART ISSUS DES CRÉNEAUX
DU PATRIMOINE QUÉBÉCOIS DANS
CHACUNE DES M.R.C.**

PRODUITS DES MÉTIERS D'ARTS

MUNICIPALITÉS RÉGIONALES DE COMTÉ DU QUÉBEC



ANNEXE 7

TABLEAU DES DISTANCES ENTRE LES GRANDS CENTRES ET LES 28 MEILLEURES M.R.C. PRODUCTRICES DE PRODUITS MÉTIERS D'ART

**Tableau 23 : Distances des grandes centres entre les 28 meilleures M.R.C.
productrices de produits métiers d'art du Québec**

MRC	Région	Produits	Distance (km)	Grands centres
Communauté-Urbaine-de-Montréal	Montréal	471	0	Montréal
Communauté-Urbaine-de-Québec	Québec	103	0	Québec
Les Laurentides	Laurentides	87	133	Montréal
Le Haut-Richelieu	Montérégie	44	48	Montréal
Champlain	Montérégie	42	8	Montréal
La Vallée-du-Richelieu	Montérégie	41	13	Montréal
L'Île-d'Orléans	Québec	39	21	Québec
Le Fjord-du-Saguenay	Saguenay--Lac-St-Jean	33	215	Québec
Les Îles-de-la-Madeleine	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	30	1152	Québec
Lajemmerais	Montérégie	27	29	Montréal
Roussillon	Montérégie	27	25	Montréal
Deux-Montagnes	Laurentides	25	44	Montréal
Matawinie	Lanaudière	24	80	Montréal
La Haute-Côte-Nord	Côte-Nord	24	215	Québec
L'Islet	Chaudière-Appalaches	20	120	Québec
Les Pays-d'en-Haut	Laurentides	19	77	Montréal
Papineau	Outaouais	19	140	Montréal
Le Domaine-du-Roy	Saguenay--Lac-St-Jean	18	256	Québec
Bonaventure	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	17	653	Québec
Charlevoix	Québec	16	140	Québec
Brome-Missisquoi	Montérégie	14	97	Montréal
Vaudreuil-Soulanges	Montérégie	13	58	Montréal
La Mitis	Bas-St-Laurent	11	352	Québec
Francheville	Mauricie--Bois-Francis	10	130	Québec
Arthabaska	Mauricie--Bois-Francis	9	124	Québec
Memphrémagog	Estrie	9	166	Montréal
Maria-Chapdelaine	Saguenay--Lac-St-Jean	9	318	Montréal
Rouville	Montérégie	8	37	Montréal

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

ANNEXE 8

TABLEAU DU % DU TOTAL DES PRODUITS MÉTIERS D'ART VS DU PIB AGRICOLE SELON LES RÉGIONS ADMINISTRATIVES

Tableau 24 : Le % du total des produits métiers d'art vs le % du PIB agricole québécois selon les régions administratives

Régions administratives	Nombre de produits	PIB agricole ('000 000\$)	% du nombre de produits	% PIB agricole
Montréal	470	n.s	33%	0%
Montérégie	241	700	17%	31%
Québec	176	90	13%	4%
Laurentides	141	90	10%	4%
Saguenay--Lac-St-Jean	66	80	5%	3%
Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	57	n.s	4%	0%
Chaudière-Appalaches	51	410	4%	18%
Lanaudière	43	130	3%	6%
Mauricie--Bois-Francs	39	360	3%	16%
Côte-Nord	32	n.s	2%	0%
Bas-St-Laurent	28	130	2%	6%
Outaouais	24	20	2%	1%
Estrie	17	160	1%	7%
Abitibi-Témiscamingue	16	30	1%	1%
Laval	7	30	0%	1%
Nord-du-Québec	0	n.s	0%	0%

Sources : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois et Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec (2004).

ANNEXE 9

TABLEAU DES DISTANCES ENTRE LES GRANDS CENTRES ET LES 36 M.R.C. FAIBLES PRODUCTRICES DE PRODUITS MÉTIERS D'ART

**Tableau 25 : Distances des grandes centres entre les 36 M.R.C. faibles
productrices de produits métiers d'art du Québec**

MRC	Région	Nombre de produits	Distance (km)	Grands centres
La Nouvelle-Beauce	Chaudière-Appalaches	1	55	Québec
Le Haut-Saint-Laurent	Montérégie	1	58	Montréal
Bellechasse	Chaudière-Appalaches	1	65	Québec
Mirabel	Laurentides	0	68	Montréal
Beauharnois-Salaberry	Montérégie	0	69	Montréal
Robert-Cliche	Chaudière-Appalaches	0	81	Québec
Argenteuil	Laurentides	1	84	Montréal
Acton	Montérégie	1	95	Montréal
Le Centre-de-la-Mauricie	Mauricie--Bois-Francis	1	100	Québec
Maskinongé	Mauricie--Bois-Francis	1	100	Montréal
Les Etchemins	Chaudière-Appalaches	1	113	Québec
Mékinac	Mauricie--Bois-Francis	0	134	Québec
Bécancour	Mauricie--Bois-Francis	0	148	Montréal
Sherbrooke	Estrie	1	152	Montréal
Kamouraska	Bas-St-Laurent	1	161	Québec
Asbestos	Estrie	1	165	Montréal
Coaticook	Estrie	0	166	Montréal
Le Haut-Saint-François	Estrie	1	179	Montréal
Le Granit	Estrie	0	190	Québec
Les Collines-de-l'Outaouais	Outaouais	1	208	Montréal
Le Haut-Saint-Maurice	Mauricie--Bois-Francis	0	242	Québec
Antoine-Labelle	Laurentides	0	258	Montréal
Les Basques	Bas-St-Laurent	0	270	Québec
Pontiac	Outaouais	0	325	Montréal
La Vallée-de-la-Gatineau	Outaouais	1	333	Montréal
Matane	Bas-St-Laurent	1	415	Québec
La Matapédia	Bas-St-Laurent	0	423	Québec
Denis-Riverin	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	1	484	Québec
Avignon	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	0	540	Québec
Témiscamingue	Abitibi-Témiscamingue	0	623	Montréal

MRC	Région	Nombre de produits	Distance (km)	Grands centres
Sept-Rivières	Côte-Nord	0	644	Québec
La Côte-de-Gaspé	Gaspésie--Îles-de-la-Madeleine	0	725	Québec
Abitibi	Abitibi-Témiscamingue	1	929	Montréal
Caniapiscou	Côte-Nord	0	976	Québec
Administration régional Kativik	Nord-du-Québec	0	1159	Québec
Basse-Côte-Nord	Côte-Nord	0	1198	Québec
Administration régional Baie-James	Nord-du-Québec	0	1500	Montréal

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.

ANNEXE 10

TABLEAU DES DISTANCES ENTRE LES GRANDS CENTRES ET LES 34 M.R.C. FAIBLES PRODUCTRICES DE PRODUITS BIOALIMENTAIRES

Tableau 26 : Distances des grandes centres entre les 34 M.R.C. faibles productrices de produits bioalimentaires du Québec

MRC	Région	Nombre de produits	Distance (km)	Grands centres
Roussillon	Montérégie	3	25	Montréal
La-Jacques-Cartier	Québec	0	26	Québec
La Côte-de-Beaupré	Québec	2	26	Québec
Lajemmerais	Montérégie	3	29	Montréal
L'Assomption	Lanaudière	0	34	Montréal
Thérèse-de-Blainville	Laurentides	0	37	Montréal
La Nouvelle-Beauce	Chaudière-Appalaches	3	55	Québec
La Rivière-du-Nord	Laurentides	3	58	Montréal
Les Pays-d'en-Haut	Laurentides	0	77	Montréal
Argenteuil	Laurentides	0	84	Montréal
Le Bas-Richelieu	Montérégie	1	84	Montréal
Acton	Montérégie	1	95	Montréal
Maskinongé	Mauricie--Bois-Francs	3	100	Montréal
L'Érable	Mauricie--Bois-Francs	3	127	Québec
Les Laurentides	Laurentides	0	133	Montréal
Mékinac	Mauricie--Bois-Francs	1	134	Québec
Bécancour	Mauricie--Bois-Francs	1	148	Montréal
Nicolet-Yamaska	Mauricie--Bois-Francs	3	155	Montréal
Kamouraska	Bas-St-Laurent	1	161	Québec
Le Val-Saint-François	Estrie	3	166	Montréal
Rivière-du-Loup	Bas-St-Laurent	0	209	Québec
Communauté-Urbaine-de-l'Outaouais	Outaouais	1	213	Montréal
La Haute-Côte-Nord	Côte-Nord	3	215	Québec
Le Haut-Saint-Maurice	Mauricie--Bois-Francs	1	242	Québec
Les Basques	Bas-St-Laurent	1	270	Québec
Rimouski-Neigette	Bas-St-Laurent	1	314	Québec
Pontiac	Outaouais	0	325	Montréal
La Vallée-de-la-Gatineau	Outaouais	3	333	Montréal
La Matapédia	Bas-St-Laurent	3	423	Québec
Vallée-de-l'Or	Abitibi-Témiscamingue	1	520	Montréal
Caniapiscau	Côte-Nord	0	976	Québec
Administration régional Kativik	Côte-Nord	0	1159	Québec
Basse-Côte-Nord	Côte-Nord	0	1198	Québec
Administration régional Baie-James	Nord-du-Québec	0	1500	Montréal

Source : Compilation de l'auteure réalisée à partir de l'inventaire des produits issus des créneaux du patrimoine québécois.