



Lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier

Bilan de l'année 2022 de la mise en œuvre du plan directeur



Lieu historique national Sir-George-Étienne-Cartier

@Parcs Canada

Parcs Canada gère l'un des plus beaux et des plus vastes réseaux d'endroits naturels et historiques protégés du monde. Son mandat consiste à commémorer, protéger et mettre en valeur ces endroits pour que puissent en profiter les générations d'aujourd'hui et de demain.

Le plan directeur du lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier, entré en vigueur en 2018, définit la vision à long terme et oriente la gestion du lieu. Le présent rapport de mise en œuvre permet de partager avec les Canadiennes et Canadiens les actions et réalisations mises en place par Parcs Canada en 2022 afin de concrétiser la vision, les stratégies et les objectifs du Plan directeur de 2018.



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

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

Le site effectue un retour avec sa participation au festival d'histoire de Montréal lors de l'édition 2022 avec des visites en personne.

Une nouvelle application, « le quartier des Cartiers » est offerte aux visiteurs. Une visite d'environ 45 à 60 minutes dans le quartier où les Cartier ont vécu, permet de découvrir une section de la rue Notre-Dame (de la maison Cartier jusqu'à la basilique Notre-Dame), et ce, sous l'angle de la vie de Monsieur Cartier et sa famille.

Le programme scolaire a été mis à jour afin d'inclure dans la visite les deux expositions Rêver un pays et Jeux de Pouvoirs, selon le niveau scolaire des élèves. L'offre proposée est ainsi mieux adaptée aux contextes d'apprentissage des niveaux concernés.

Le site participe au programme d'École en réseau et a présenté en 2022 deux ateliers. Bâtir un pays a rejoint 3789 jeunes et le Noël Victorien en a rejoint 4740.

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

La surveillance et l'entretien du bâtiment se font en continu. Cette année, des fenêtres du sous-sol ont été restaurées.

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

Il y a eu une reprise de l'activité du Noël Victorien en formule visite guidée sur réservation. La programmation a été simplifiée en fonction des ressources humaines disponibles. Le site a accueilli 223 visiteurs individuels lors de ses 6 jours d'ouverture ainsi que 476 visiteurs en groupe.



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

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

L'équipe du site entre en contact sur une base annuelle avec les écoles, les enseignants et la clientèle de francisation par l'entremise de l'envoi de l'offre scolaire.

Près de 130 enseignants ont été approchés lors d'un salon scolaire en collaboration avec l'Association québécoise des enseignants du primaire.

Des efforts de coordination de l'offre et des horaires offerts ont été mis en place, comme avec l'accueil des groupes scolaires en novembre et décembre.

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

Le site a participé au festival d'histoire de Montréal les 14 et 15 mai 2022 en livrant une conférence portant sur le « surtout d'argent », un objet cher aux Cartiers. Six articles ou parutions ont été publiés via la Société de développement commercial du Vieux Montréal en 2021 et 2022 pour promouvoir le LHN et/ou ses activités. Leurs infolettres permettent une visibilité accrue aux membres et au grand public. Le site participe également aux activités de réseautage de la société de développement commercial.

Le lieu collabore avec le nouvel « hôtel Hyatt Centris et restaurant », situé tout près. Le lieu a également participé aux Journées de la culture à la fin septembre, par l'entremise de promotion sur les médias sociaux. Le site a fourni à la société d'histoire de Montréal deux publications mensuelles pour leurs médias sociaux portant sur le personnage historique national de Sir George Étienne Cartier. Le lieu profite d'une présence publicitaire dans le guide touristique de Montréal édition 2022.

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

Deux ateliers scolaires virtuels ont été livrés en 2021-22 sur la plate-forme numérique du partenaire École en réseau.



CONCLUSION — PROCHAINES ÉTAPES

L'Agence Parcs Canada est fière des réalisations de 2022 pour le lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier. Les efforts portés à dynamiser l'offre de service, la collaboration active avec les partenaires, et l'intégration du site dans la région contribuent à la diffusion de l'héritage de Sir-George-Étienne-Cartier et du mandat de Parcs Canada.

Au cours de la prochaine année, le lieu historique va poursuivre la mise en œuvre des objectifs identifiés dans le plan directeur de 2018. Ceci permettra de renforcer le rayonnement du site, d'attirer de nombreux visiteurs et de réaffirmer la volonté de Parcs Canada de préserver et mettre en valeur ce témoin important de l'histoire du pays pour que puissent en profiter les générations d'aujourd'hui et de demain.



@Parcs Canada



@Parcs Canada