

CORPORATION DE DÉVELOPPEMENT FAUNIQUE
TOURISTIQUE ET CULTUREL (FAUCUS)

RAPPORT ANNUEL



2025

TABLE DES MATIÈRES



Mot de la présidente.....	02
Mot de la directrice générale.....	03
Historique de Faucus.....	03
Mission.....	04
Conseil d'administration et équipe.....	05
Administration.....	07
Gouvernance.....	10
Entretien des bâtiments.....	15
Gestion des collections.....	16
Expositions.....	17
Médiation.....	20
Accueil et service à la clientèle.....	23
Boutique.....	32
Communication et marketing.....	33
Bureau d'accueil touristique.....	38
Maison et collection du Docteur Joseph Frenette.....	40

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Bonjour à tous,

L'année 2025 a été une année marquante pour Faucus et le Site patrimonial de pêche Matamajaw. Une année de reconnaissance, de rayonnement et de consolidation qui témoigne du travail exceptionnel accompli par toute notre équipe.

Parmi les moments forts, l'obtention du Prix du patrimoine du Bas-Saint-Laurent pour notre exposition permanente Plaisirs de pêche représente une immense fierté pour Matamajaw et notre communauté. Cette reconnaissance confirme la qualité de l'expérience immersive offerte à Matamajaw ainsi que l'importance de faire vivre notre patrimoine de façon actuelle et dynamique.

Notre programmation culturelle a également connu un très beau succès, notamment avec le Musée hanté, qui a attiré un large public grâce à son concept immersif original. Cet enthousiasme nous motive déjà à préparer une deuxième édition revisitée pour 2026.

Nous avons aussi constaté une augmentation de l'achalandage au musée ainsi qu'un intérêt grandissant pour notre offre culturelle et éducative. Voir autant de visiteurs découvrir notre histoire avec curiosité et émerveillement est une grande source de motivation.

Cette année aura aussi été importante sur le plan organisationnel avec le lancement de notre démarche de planification stratégique 2025-2031, qui permettra de guider l'avenir de Matamajaw pour les prochaines années.

2025 marque également la fin de la gestion de la Maison du docteur Frenette, une transition importante dans l'évolution de notre organisation.

Je tiens à remercier chaleureusement notre directrice générale, Édith Ouellette, ainsi que Sarah Bérubé, pour leur immense dévouement et leur passion. Merci également aux membres du conseil d'administration, aux employés, aux bénévoles et à nos partenaires qui contribuent, année après année, à faire rayonner Matamajaw avec cœur et authenticité.

Marie-Laurence Giroux
Présidente de Faucus



MOT DE LA DIRECTICE GÉNÉRALE

L'année 2025 a marqué une étape importante pour Faucus et le Musée Matamajaw. Entre consolidation interne, projets de préservation et développement culturel, nous avons poursuivi notre mission avec engagement et ambition. Je tiens à remercier chaleureusement notre équipe, notre conseil d'administration, nos partenaires et notre communauté pour leur confiance et leur soutien. Grâce à cette mobilisation, nous continuons de faire vivre un patrimoine unique et profondément ancré dans notre région.



HISTORIQUE DE FAUCUS

Fondée en 1984 par d'anciens membres de la Jeune chambre de commerce de Causapscal, la Corporation de développement faunique, touristique et culturel inc. (Faucus) est née à la suite d'un important exercice de planification mené par Pluram en 1983. Dès ses débuts, l'organisme s'est donné pour objectif de soutenir le développement culturel et touristique de la région.

Au fil des décennies, Faucus a consolidé son rôle et élargi son champ d'action. Aujourd'hui, l'organisme assure la gestion et la mise en valeur de plusieurs composantes essentielles de l'offre culturelle et touristique locale :

- le Site patrimonial de pêche Matamajaw, institution muséale agréée par le ministère de la Culture et des Communications ;
- le Site d'interprétation de la Maison et collection du Dr Joseph-Frenette ;
- le Bureau d'accueil touristique de Causapscal.

L'agrément muséal obtenu en 2019 pour le musée Matamajaw marque un tournant majeur dans l'histoire de Faucus : il définit clairement son rôle dans la conservation, l'interprétation et la transmission du patrimoine lié à la pêche au saumon.



NOTRE MISSION

« Contribuer et mettre en valeur le patrimoine matériel et immatériel lié à la pratique de la pêche au saumon sur les rivières de la région, en mettant l'emphase sur les rivières Matapédia et Causapsca »

Cette mission se décline en plusieurs responsabilités complémentaires :

- Conserver, mettre en valeur et faire découvrir les bâtiments et ensembles patrimoniaux constituant le Site patrimonial de pêche Matamajaw, classé site patrimonial, ainsi que l'histoire qui leur est associée ;
- Assurer la gestion humaine, financière et opérationnelle du Site patrimonial de pêche Matamajaw, institution muséale agréée ;
- Gérer, promouvoir ou coordonner des projets à incidence culturelle ou touristique, contribuant au développement et au rayonnement de la région ;
- Collaborer avec les organisations œuvrant dans les domaines du patrimoine, de la culture, de la muséologie, du tourisme et de l'éducation ;
- Acquérir, au besoin, des biens meubles ou immeubles liés aux mandats et objectifs de l'organisation.

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET ÉQUIPE

CONSEIL D'ADMINISTRATION (AU 31 DÉCEMBRE 2025)

Le conseil d'administration de Faucus est composé de sept membres.

- Mme Marie-Laurence Giroux, présidente
- M. Denis Viel (représentant de la Ville de Causapscal), vice-président
- Mme Céline Gallant, trésorière
- Mme Karine Deschesnes, secrétaire
- Mme Lucie Belzile, administratrice
- M. Christophe Moquin, administrateur
- M. Steven Langlais, administrateur

RÉUNIONS DU CONSEIL

En 2025, le conseil d'administration s'est réuni à six reprises dans le cadre de rencontres régulières assurant un suivi constant des dossiers stratégiques, financiers et opérationnels de l'organisation.

L'Assemblée générale annuelle s'est tenue le 16 juin 2025, permettant de présenter les réalisations de l'année, les états financiers et les orientations pour l'exercice à venir.



CONSEIL D'ADMINISTRATION ET ÉQUIPE

DIRECTION GÉNÉRALE

La direction générale est assurée par Mme Édith Ouellette, responsable de la supervision administrative, muséale, financière et opérationnelle de Faucus.

ÉQUIPE

L'équipe compte des employé.es engagé.es dans l'accueil, la médiation culturelle, la gestion des collections et l'entretien du site :

- Sarah Bérubé, médiatrice culturelle et responsable des collections
- Catherine Royer, préposée à l'accueil et à l'information
- Laurence Bergeron, préposée à l'accueil et à l'information
- Raphaël Abud, préposé à l'accueil et à l'information
- Michel Lapierre, préposé à l'entretien



ADMINISTRATION

TRAVAIL DE CONSOLIDATION ET DE STRUCTURATION INTERNE

L'année 2025 a été marquée par un important travail de consolidation et de structuration interne. Après plusieurs années de croissance rapide, il devenait essentiel de mettre de l'ordre, de renforcer nos outils de gestion et de clarifier la direction que prendra le Site patrimonial de pêche Matamajaw, le Bureau d'accueil touristique et la Maison Frenette au cours des prochaines années.

PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2026-2030

Nous avons lancé une démarche de planification stratégique afin de définir clairement notre mission, nos valeurs, nos priorités et nos objectifs pour les années à venir.

Un appel d'offres public a été lancé à l'automne 2025. Frédéric Vincent est le consultant qui accompagnera le Site dans l'élaboration du plan stratégique dès octobre 2025 et ce, jusqu'à la moitié de 2026. L'exercice vise à doter le Site patrimonial de pêche Matamajaw d'un cadre clair et durable, tout en intégrant un important volet participatif destiné à renforcer le sentiment d'appartenance de la communauté de Causapscal. Un sondage citoyen a d'ailleurs été réalisé du 17 novembre au 7 décembre 2025 où plus de 150 répondants ont participé.

Cette démarche est rendue possible grâce au soutien financier de Tourisme Gaspésie dans le cadre du programme d'appui aux initiatives responsables et stratégiques (PAIRS).

ADMINISTRATION

PROGRAMME PAFIM 2025-2028

Le musée a procédé au dépôt de sa demande au Programme d'aide au fonctionnement des institutions muséales (PAFIM) pour le cycle 2025-2028 conformément aux directives du ministère de la Culture et des Communications (MCC). Le formulaire a été transmis avant le 13 juin 2025.

Cette démarche constitue une étape essentielle pour assurer la stabilité financière du musée et le maintien de ses opérations courantes. Une entente a été confirmée par le gouvernement du Québec à la mi-décembre 2025.



AUTRES DÉPÔTS ET DÉMARCHES DE FINANCEMENT

Programme d'aide aux immobilisations (PAI)

Une demande d'aide financière a été déposée en décembre 2025 au Programme d'aide aux immobilisations du MCC. Le projet vise la restauration complète des toitures en bardeaux de cèdre de quatre bâtiments du site, un investissement essentiel pour préserver les bâtiments classés et continuer le travail de préservation déjà entamé ces dernières années.

ADMINISTRATION

AUTRES DÉPÔTS ET DÉMARCHES DE FINANCEMENT (SUITE)

Programme d'aide aux musées de Patrimoine Canada – volet Collections

Une demande a également été déposée au début du mois de novembre au Programme d'aide aux musées de Patrimoine Canada, dans le volet Gestion des collections. Afin d'améliorer la préservation, la documentation et la mise en valeur des collections, ce programme nous permettrait d'équiper notre réserve muséale avec du mobilier adapté à nos artefacts.

Programme Emplois d'Été Canada

Le musée a soumis une demande en novembre pour financer deux postes étudiants pour la saison estivale. Ces emplois contribuent à l'accueil, à la gestion de la boutique et à l'animation des activités muséales.



GOVERNANCE

RÉVISION DE LA COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Une réflexion approfondie a mené à la révision de la composition du CA afin d'assurer une représentation plus équilibrée et conforme aux meilleures pratiques :

- reconnaissance du partenariat avec la Ville tout en affirmant l'autonomie de Faucus;
- réduction de l'influence déséquilibré liée à la présence de trois représentants municipaux;
- diminution des risques de politisation des décisions;
- amélioration de l'indépendance de l'institution telle que perçue par le public ;
- alignement sur les recommandations du MCC selon l'agrément muséal.

Nouvelle composition du CA

- 6 membres réguliers;
- 1 représentant de la Ville de Causapscal (élu municipal) nommé par le conseil municipal.

Cette nouvelle structure maintient un lien solide avec la Ville tout en offrant une gouvernance plus équilibrée et plus représentative.



GOVERNANCE

SOUS-COMITÉS DU CA

Pour améliorer l'efficacité du conseil, quatre sous-comités ont été mis en place :

- Finances et gestion des risques : Marie-Laurence Giroux et Céline Gallant
- Éthique et gouvernance : Céline Gallant et Denis Viel
- Planification stratégique : Marie-Laurence Giroux, Lucie Belzile, Karine Deschênes et Christophe Moquin
- Ressources humaines : Lucie Belzile, Karine Deschesnes et Steven Langlais

Cette structure permet une gestion plus rigoureuse et une meilleure répartition des responsabilités.

RENFORCEMENT DES POLITIQUES INTERNES

Plusieurs politiques internes ont été adoptées ou révisées :

- Code d'éthique des administrateurs;
- Politique de frais de déplacement et de représentation;
- Politique des ressources humaines;
- Plan d'urgence annuel.

Ces politiques assurent un fonctionnement clair, cohérent et conforme aux normes muséales.



GOVERNANCE

RENFORCEMENT DE L'ÉQUIPE

Deux embauches clés ont marqué le musée ces deux dernières années :

- Sarah Bérubé, médiatrice culturelle et responsable des collections (embauche officialisée en 2024)
- Édith Ouellette, directrice générale à temps plein (embauche officialisée en 2025)

Ces postes stabilisent l'équipe, renforcent l'expertise interne et assurent la continuité des opérations.

IMPLICATION DES EMPLOYÉES

Nos deux employées à temps plein sont actives dans le domaine culturel, touristique et muséal sur différents conseils d'administration, représentant de ce fait même l'institution muséale.

Édith Ouellette

- Trésorière sur le conseil d'administration de Tourisme Gaspésie;
- Administratrice sur le conseil d'administration de Québec Maritime;
- Conseil d'administration de la Coopérative de plein air de La Matapédia;
- Comité de développement de La Matapédia.

Sarah Bérubé

- Membre du comité de rédaction du magazine Continuité;
- Trésorière sur le conseil d'administration de Culture Bas-Saint-Laurent;
- Membre du comité Arts et Culture de COSMOSS.

GOVERNANCE

RÉGIME D'ASSURANCE COLLECTIVE

Faucus a adhéré au régime d'assurance collective des Chambres de commerce du Québec grâce à son adhésion à la Chambre de commerce de La Matapédia. Cette mesure améliore les conditions de travail et soutient l'attraction et la rétention du personnel.

ENTENTE AVEC LA VILLE DE CAUSAPSCAL

Un travail majeur a été réalisé pour revoir et moderniser l'entente liant Faucus à la Ville. Les anciennes versions du bail emphytéotique (1999 et 2006) seront remplacées par une entente actualisée en cours de rédaction, mieux adaptée à la gestion d'un site patrimonial classé. L'entente sera entérinée en 2026.

Des comparatifs ont été effectués avec d'autres sites municipaux patrimoniaux : le Manoir Le Boutillier, le Manoir Fraser et la Maison Lamontagne. Ces exemples ont permis de consolider la structure de l'entente.

Un commun accord a également été établi : Faucus ne sera plus gestionnaire de la Maison Frenette dès 2026.



GOVERNANCE

FORMATION DU PERSONNEL

L'équipe a participé à plusieurs formations et accompagnements visant à développer ses compétences, améliorer les pratiques internes et renforcer la qualité des services offerts.

Accompagnement professionnel

- Accompagnement de la Société des Musées du Québec (SMQ) en stratégie de promotion avec l'agence Perso

Formations numériques et communication

- L'accessibilité des sites internet
- L'utilisation de Facebook avec Complice numérique
- Les publicités Facebook avec Complice numérique
- L'utilisation de l'IA par la SMQ
- Série de 4 webinaires sur les systèmes de réservation en ligne par Québec Maritime
- Médias sociaux - stratégies simples pour acteurs culturels et historiques par la Fédération Histoire Québec (FHQ)
- Utilisation de l'IA dans le secteur culturel (enjeux et opportunités)

Formations muséales, patrimoniales et touristiques

- Formations sur l'événement Bienvenue Québec
- Formation d'accueil (en partenariat avec le Site historique maritime de la Pointe-au-Père)
- La mise en valeur des patrimoines disparus par le numérique par l'Université Laval et le CELAT
- Les archives au Québec en 2025 par la FHQ
- Le patrimoine sonore par le magazine Continuité
- Patrimoine bâti au Québec par la FHQ
- Les bases de la rigueur historique par la FHQ
- La prise de décisions locales en matière de patrimoine par l'Union des municipalités du Québec (UMQ)

Formations en santé et sécurité

- Les risques psychosociaux par la CNESST (équipe permanente et saisonnière)

ENTRETIEN DES BÂTIMENTS

L'année a été marquée par des actions visant à améliorer la préservation, la sécurité et la mise en valeur de nos bâtiments patrimoniaux et de l'ensemble du site.

Plusieurs interventions ont été réalisées :

- Installation d'une nouvelle caméra du côté de la terrasse, permettant un meilleur suivi de l'activité sur le site et une surveillance accrue des zones sensibles;
- Abattage de plusieurs arbres dangereux, situés en bordure et de l'autre côté du ruisseau Blais.
- Peinture des galeries les plus utilisées et la façade sud de la Maison du gardien.

PROJET 2026

En collaboration avec la Ville de Causapscal et la CGRMP, nous avons déposé une demande de permis au MCC pour la reconstruction de l'escalier menant au parc Les Fourches en 2026.

RAPPORT D'INSPECTION VISUELLE DES BÂTIMENTS

Un rapport complet, réalisé à l'interne, présente en détail l'état des bâtiments, les interventions à réaliser, les risques identifiés et les recommandations pour les années à venir. Ce rapport a été transmis officiellement à la Ville de Causapscal ainsi qu'au ministère de la Culture et des Communications, assurant une communication transparente et conforme aux exigences liées au statut de site patrimonial classé.

Le rapport peut être consulté ici :

[\[Rapport d'inspection visuelle\]](#)

GESTION DES COLLECTIONS

CONSERVATION PRÉVENTIVE

Cette année, nous avons poursuivi le travail afin d'assurer la préservation à long terme des artefacts du musée. Une demande officielle a été déposée au Programme d'aide aux musées de Patrimoine Canada pour l'acquisition de mobilier spécialisé destiné à la réserve muséale. Par ailleurs, nous avons assuré une surveillance des conditions ambiantes, notamment de la température et du taux d'humidité dans la réserve.

INVENTAIRE

Nous avons poursuivi l'inventaire des artefacts dans le logiciel de gestion des collections acquis l'année dernière. Cette continuité permet de mieux documenter nos objets, d'améliorer leur traçabilité et de renforcer la qualité de nos données pour les années à venir.

Au cours de l'année, nous avons également reçu plusieurs artefacts offerts par trois donateurs. Ces dons enrichissent notre collection, composée majoritairement de photographies anciennes de Causapscal et du musée. Ces ajouts viennent renforcer la mémoire visuelle de la communauté et soutiennent notre mission de préserver et mettre en valeur l'histoire locale. Un grand merci à Lise Parent, André Roy et Lucine Lacasse pour leur confiance.

ENTREVUES

Notre responsable des collections, Sarah Bérubé, a réalisé trois entrevues ethnologiques cette année. Les personnes interviewées ont témoigné sur l'époque du Matamajaw Salmon Club et la création du site historique. Leurs témoignages ont permis d'enrichir nos savoirs liés à l'histoire et de faire des liens avec nos connaissances existantes. Un énorme merci à Lucine Lacasse, Roméric Charest et Mario Vermette pour leur temps précieux.

EXPOSITION

PLAISIRS DE PÊCHE

En 2025, un soin particulier a été apporté à l'entretien et à l'actualisation de l'exposition permanente Plaisirs de pêche. Un suivi régulier a permis d'assurer la qualité des équipements, de vérifier l'état des composantes immersives et de maintenir la cohérence des contenus présentés au public. L'équipe a également constaté cette année la durée de vie des piles des bornes de déclenchement audio, ce qui a permis d'ajuster notre protocole pour l'exposition et ainsi assurer une expérience fluide et agréable pour l'ensemble des visiteurs. Ce travail d'entretien, de suivi et de documentation garantit la rigueur technique de l'exposition et contribue à la qualité de l'expérience muséale offerte à Matamajaw.

LE MUSÉE MATAMAJAW À L'HONNEUR

Le Site patrimonial de pêche Matamajaw a eu l'honneur de recevoir le prix dans la catégorie « Tourisme et culture » lors du Gala Reconnaissance de la Chambre de commerce de la MRC de La Matapédia. Cette distinction souligne le travail accompli par l'équipe, les bénévoles et les partenaires afin de préserver, mettre en valeur et faire rayonner le patrimoine de la pêche au saumon.

Le musée a également été finaliste dans les catégories OBNL – Économie sociale et Innovation – Nouvelle activité commerciale. Ces nominations témoignent à la fois de son engagement envers le développement culturel, touristique et communautaire de la région ainsi que de sa volonté d'innover afin d'offrir des expériences toujours plus enrichissantes à ses visiteurs.

Ces honneurs confirment l'importance du Musée Matamajaw dans l'offre culturelle et touristique régionale et constituent un encouragement à poursuivre nos efforts de développement, d'innovation et de mise en valeur du patrimoine.

EXPOSITION

PLAISIRS DE PÊCHE LAURÉAT DU PRIX DU PATRIMOINE

Le Site patrimonial de pêche Matamajaw a eu l'honneur de recevoir le Prix du patrimoine du Bas-Saint-Laurent pour son exposition permanente. Cette distinction, remise par Culture Bas-Saint-Laurent, souligne la qualité du travail réalisé ainsi que la reconnaissance du musée auprès de ses pairs.

Le jury a notamment mis en lumière « l'ampleur du travail derrière la nouvelle exposition permanente » et a souligné que « la qualité de l'installation est remarquable et touche autant la communauté locale qu'un plus large public ».

Au-delà de la reconnaissance, ce prix vient confirmer l'importance de faire vivre, de manière actuelle, l'identité et l'histoire matapédiennes.



De gauche à droite : Marie-Josée Lavoie, journaliste et vidéaste à NousTV, Édith Ouellette, directrice générale du Musée Matamajaw, Marie-Laurence Giroux, présidente du conseil d'administration du Musée et Dominique Lapointe, directrice générale de CBSL.

EXPOSITIONS

HERBES FOISSONNANTES - L'EXPOSITION DE MAUDE BLAIS

À l'automne 2025, le Bistro Matamajaw a accueilli l'exposition temporaire Herbes foissonnantes de la céramiste Maude Blais. Présentée de septembre jusqu'à la fermeture du site en octobre, cette exposition proposait un regard sensible et poétique sur les formes végétales, à travers une série de pièces en céramique inspirées de la flore des Jardins de Métis. Accessible gratuitement, l'exposition a enrichi l'expérience des visiteurs du bistro en offrant une rencontre artistique intime et contemporaine, en dialogue avec l'univers patrimonial du site. Elle s'inscrit également dans la volonté de Matamajaw de soutenir la création régionale et de favoriser la cohabitation entre art actuel et patrimoine.

PROJET EN DÉVELOPPEMENT

En vue d'une prochaine saison, un nouveau projet d'exposition est en préparation. Sarah Bérubé, médiatrice culturelle, collabore avec Michel Pelletier pour concevoir une exposition mettant en valeur une sélection de cannes à pêche issues de la réserve muséale.

L'objectif est de présenter, dans un espace accessible et convivial, une vitrine sur l'histoire et l'évolution des techniques et des matériaux liées aux cannes à pêche au saumon. Cette exposition, pensée comme un complément à Plaisirs de pêche, permettra d'offrir aux visiteurs un regard inédit sur ces objets emblématiques du patrimoine halieutique de la région. L'équipe prévoit présenter cette nouvelle exposition dans le bistro du musée prochainement.



MÉDIATION

En 2025, le Musée a proposé une programmation culturelle et diversifiée, combinant conférences, activités de transmission des savoirs, initiative jeunesse et événements spéciaux. Cette programmation visait à rejoindre différents publics, tout en renforçant le rôle du Musée comme lieu de diffusion, d'échange et de découverte du patrimoine.

CONFÉRENCES ET ACTIVITÉS DE DIFFUSION DES SAVOIRS

Dans le cadre des dimanches patrimoniaux, trois conférences ont été offertes au cours de l'année, favorisant les échanges sur le patrimoine, l'histoire et l'environnement :

- Le patrimoine bâti des compagnies Robin et LeBoutillier Brothers*
 - Animée par monsieur Jeannot Bourdages, conservateur au Site histoire national de Paspébiac, la conférence portait sur le patrimoine bâti des compagnies Robin et LeBoutillier Brothers. Présentée le 27 avril, elle a rassemblé une trentaine de personnes.
- La famille Lacroix et l'industrie du bois*
 - Animée par monsieur Pascal Alain, historien et auteur de plusieurs livres historiques, il a présenté l'histoire de la famille Lacroix et leur lien avec l'industrie forestière. L'activité, réalisée le 29 juin, a réuni 36 participants.

MÉDIATION

CONFÉRENCES ET ACTIVITÉS DE DIFFUSION DES SAVOIRS (SUITE)

- L'apiculture: une pratique patrimoniale
 - La conférence de Pierre Durette, artiste et apiculteur, était une belle occasion d'en apprendre davantage sur le rôle essentiel des abeilles et sur la passion de ceux qui les élèvent. Présentée le 9 novembre, elle a rassemblé une dizaine de personnes.

*Ce projet est réalisé grâce au soutien financier du gouvernement du Québec et de la MRC de La Matapédia dans le cadre de l'Entente de développement culturel.

PROGRAMMATION

- Atelier de peinture sur céramique
 - Nous avons réalisé un atelier de peinture sur céramique le 18 juin. Animé par Maude Blais, artiste-céramiste.
- Matinée timbrée
 - Les Matinées Timbrées étaient de retour cette avec une formule demi-journée qui inclut la visite du musée pour les enfants. Malgré un effort de rendre l'activité plus accessible (gratuite et présentée pendant les fins de semaine), nous avons connu un faible achalandage pour les trois dates annoncées.
- Souper au musée
 - Le 14 août 2025, le Musée a tenu son souper au Musée, un événement gastronomique et culturel mettant à l'honneur le saumon dans une formule intimiste. Le repas a été élaboré en collaboration avec la poissonnerie La Fille du pêcheur.
 - À la suite du souper, une animation musicale sur la scène extérieure a été offerte, animée par Véronique Bilodeau, auteure-compositrice-interprète. Ce spectacle a contribué à prolonger l'expérience dans une ambiance conviviale et rassembleuse.

MÉDIATION

PROGRAMMATION (SUITE)

- Le Musée souhaite faire de ce souper au Musée un événement récurrent de sa programmation annuelle. Toutefois, la capacité actuelle de la salle limite la vente de billets à 35 participants, ce qui restreint le potentiel de croissance de l'événement malgré l'intérêt manifesté par le public.

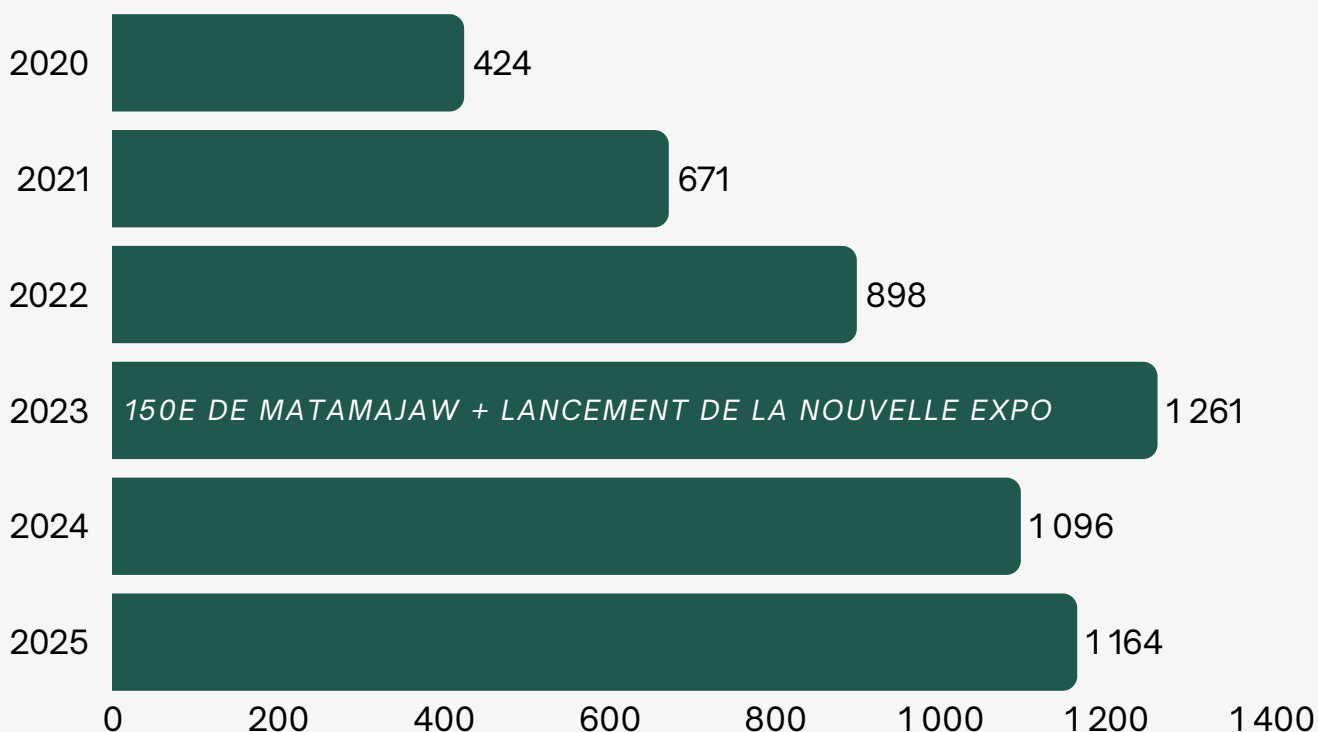
- Dimanche musical
 - Pour une deuxième année consécutive, nous avons accueilli L'Harmonie de Causapscal le 17 août. Les musiciens ont offert deux prestations devant salle comble à l'intérieur à cause de la pluie.

- Vernissage exposition à Maude
 - Intitulée "Herbes Foisonnantes", l'exposition réalisée par Maude Blais était accessible gratuitement au bistro Matamajaw du 11 au 30 septembre prochain. Un vernissage avait eu lieu le 11 septembre où l'artiste a pu présenter sa démarche artistique.

- Musée hanté
 - Dans le cadre de l'Halloween, le musée a élaboré une activité dans le pavillon principal. Il s'agit d'une visite théâtrale qui plongeait le visiteur dans l'histoire de Matamajaw. C'est une activité théâtrale où les visiteurs croisent des personnages marquants de l'histoire de Matamajaw qui hantent le musée pour des raisons mystérieuses... Par petits groupes, ils traversaient les salles du musée dans une ambiance lugubre et éclairée à la lanterne. Une expérience immersive où patrimoine et légendes locales se rencontrent.
 - Plus de 250 personnes ont participé à l'activité et plus de 11 bénévoles ont contribué à la réussite de l'événement.
 - Ce projet est réalisé grâce au soutien financier du gouvernement du Québec et de la MRC de La Matapédia dans le cadre de l'Entente de développement culturel.

ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

NOMBRE DE VISITEURS PAR ANNÉE



NOMBRE DE VISITEURS PAR MOIS

MOIS / ANNÉE	2023	2024	2025
MAI	32	6	69
JUIN	238	214	368
JUILLET	416	357	330
AOÛT	416	369	294
SEPTEMBRE	132	120	97
OCTOBRE	27	30	6

ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

CONSTATS SUR L'ACHALANDAGE DU MUSÉE

En 2025, le Musée a accueilli 1 164 visiteurs. La fréquentation présente une concentration marquée en juillet et août, correspondant au cœur de l'offre touristique. La période de juin à août représente plus de 75 % de l'achalandage annuel.

Un mois de mai exceptionnel grâce à un événement d'envergure nationale

Le mois de mai, habituellement plus calme, a été dynamisé par la tenue des Rendez-vous panquébécois de Secondaire en spectacle à Amqui. Cet événement a permis d'accueillir une clientèle scolaire et culturelle distincte de l'achalandage touristique habituel.

Une fréquentation de groupes en croissance

En 2025, le Musée a accueilli une clientèle de groupes variée, confirmant l'intérêt de différents milieux pour son offre culturelle et éducative :

- 6 groupes scolaires, du primaire jusqu'à la formation professionnelle, totalisant 206 participants, ce qui confirme la popularité croissante des sorties scolaires et leur effet positif sur la fréquentation, particulièrement en début de saison ;
- 3 groupes corporatifs, pour un total de 55 participants, témoignant de l'intérêt du milieu professionnel pour des activités culturelles et de cohésion ;
- 2 groupes de voyageurs, totalisant 40 participants, principalement durant la saison estivale.

ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

CONSTATS SUR L'ACHALANDAGE DU MUSÉE (SUITE)

Une fin de saison écourtée

La fréquentation de septembre et surtout d'octobre a été directement affectée par l'ajout de journées de fermeture du Musée, rendues nécessaires en raison de travaux d'asphaltage majeurs sur la route 132. Ces travaux nuisaient à la sécurité des visiteurs et limitaient l'accès aux stationnements, obligeant la fermeture temporaire du Musée.

La baisse marquée de l'achalandage en fin de saison ne reflète donc pas un désintérêt du public, mais bien un contexte opérationnel contraignant, indépendant de l'offre muséale.

COMPARAISON AVEC LES TROIS DERNIÈRES ANNÉES

L'achalandage du Musée en 2025 s'inscrit dans la continuité des trois dernières années. Comme observé depuis 2022, la fréquentation demeure concentrée durant la période juin-août, confirmant la comportement des visiteurs et le calendrier d'ouverture actuel.

Comparativement aux années précédentes, 2025 se distingue par trois éléments distincts:

- un mois de mai plus exceptionnel, attribuable à la tenue des Rendez-vous panquébécois de Secondaire en spectacle ;
- une hausse des sorties scolaires en juin, confirmant la promotion de notre offre éducative auprès des établissements scolaires ;
- une fin de saison écourtée causée par les travaux d'asphaltage sur la route 132, affectant la sécurité et l'accessibilité du site.

En l'absence de cette dernière contrainte externe, l'achalandage de 2025 aurait été comparable, voir légèrement supérieure, à celui observé au cours des trois dernières années. Les données confirment que le Musée maintient une base de fréquentation stable, fidèle à son positionnement culturel, patrimonial et éducatif.

ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

En 2025, un sondage de satisfaction a été mené auprès des visiteurs du musée. 103 personnes y ont répondu sur une base volontaire, soit 8,7 % de l'achalandage annuel (1 178 visiteurs). Cet échantillon permet de dresser un portrait des publics et de leur expérience.

Sources d'information

Les visiteurs ont découvert le musée principalement par :

- l'affichage extérieur (29 %),
- le bouche à oreille (25 %),
- les outils touristiques (29 % : Guide Gaspésie, bureaux d'accueil, dépliant)
- et le numérique (près de 25 %).

La présence d'un 9 % de visiteurs arrivés "par hasard" souligne aussi l'importance de la signalisation et de la localisation stratégique du site.

FAIT SAILLANT

Les canaux traditionnels demeurent dominants, mais la visibilité numérique prend une importance croissante.



ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

Satisfaction générale de la visite

Les visiteurs attribuent des notes exceptionnellement élevées :

- 68 % ont donné 10/10,
- 38 % ont donné 7 à 9,
- <1 % ont donné moins de 7.

FAIT SAILLANT

99 % des répondants évaluent leur visite à 7/10 et plus.

Appréciation de l'expérience immersive

L'expérience auditive immersive constitue le point fort de la visite :

- 73,8 % lui accordent 10/10;
- plus de 97 % donnent de 8/10 à 10/10.

FAIT SAILLANT

L'immersion sonore s'impose comme l'élément central de l'expérience muséale.



ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

Fréquence de visite

La grande majorité des répondants effectuaient une première visite (88,3 %).

La proportion de visiteurs de retour demeure faible (11,7 %), ce qui révèle une forte capacité d'attraction — mais également un potentiel de fidélisation.

Motivations de la visite

Les principales raisons évoquées :

- l'histoire et le patrimoine (59,2 %) ;
- la curiosité (43,7 %) ;
- la pêche au saumon (34 %) ;
- les activités familiales (25,2 %).

D'autres motivations plus ciblées confirment la diversité des intérêts (architecture, météo, passage régional).

Ce que les visiteurs ont le plus apprécié

Les réponses se regroupent autour de cinq pôles :

- L'immersion audio et la qualité sonore
- L'audioguide (contenu, rythme, accessibilité)
- La richesse historique et les témoignages
- Les objets, bâtiments et collections
- Le site patrimonial et le bassin à saumons

COMMENTAIRES REPRÉSENTATIFS

« Très beau musée, une expérience vivante. »

« L'histoire est complète et captivante. »

« Le bassin à saumons, wow ! »

« L'audio est de grande qualité. »

ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

Commentaires et améliorations proposées

Les commentaires sont majoritairement élogieux, plusieurs visiteurs mentionnant vouloir revenir ou recommander le musée. Quelques pistes d'amélioration reviennent toutefois :

- Orientation et signalisation (flèches supplémentaires, repérage de la billetterie);
- Contenus à enrichir (Mi'gmaq, photos de pêche);
- Durée perçue de l'audioguide (parfois jugé long).

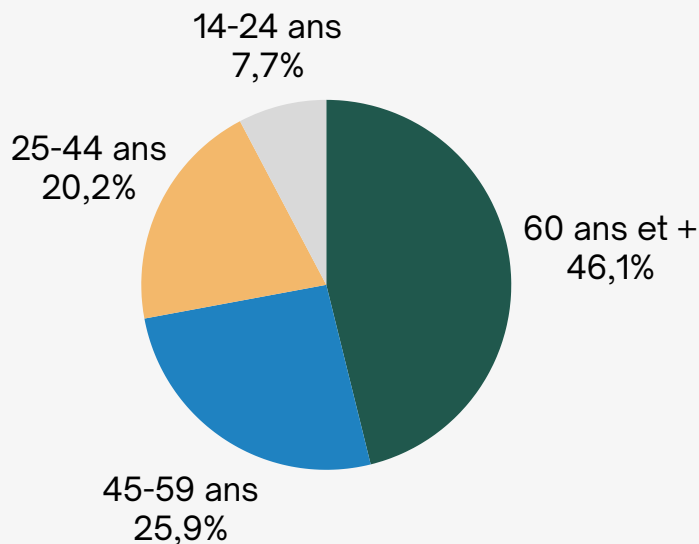
Malgré cela, les commentaires négatifs sont rares et nuancés.



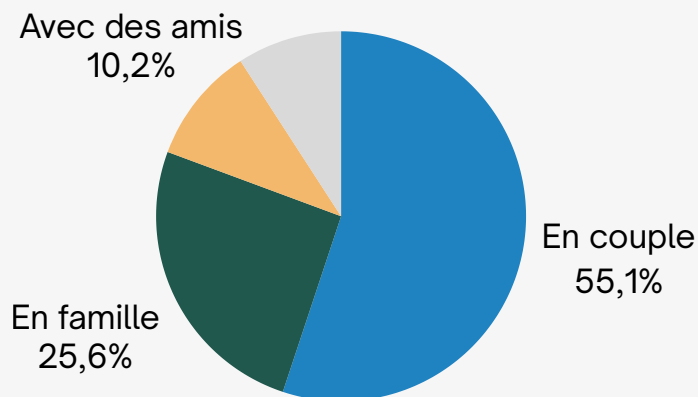
ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

Profil du visiteur en 2025

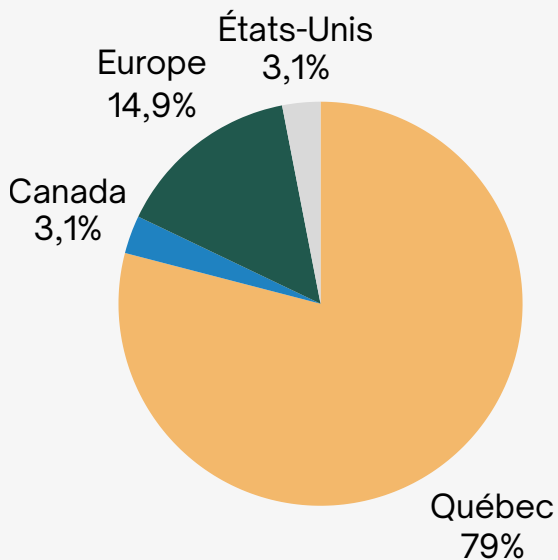
ÂGE



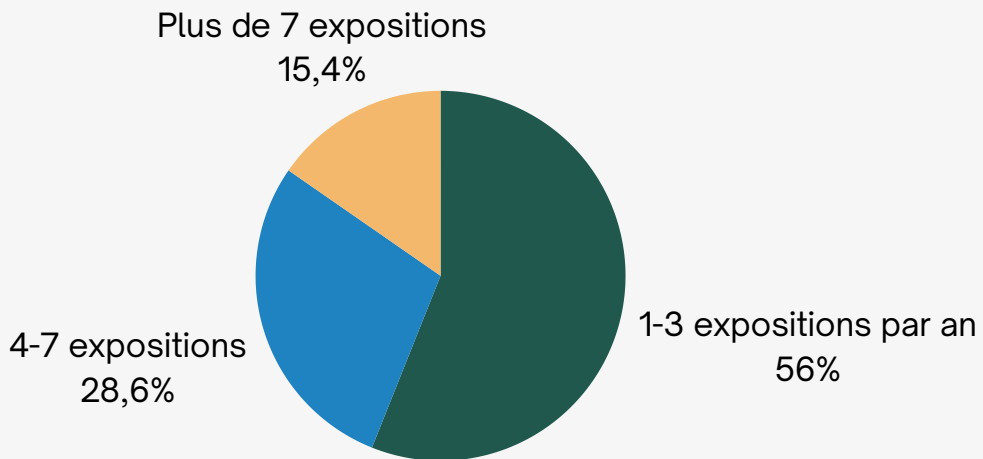
CONTEXTE DE LA VISITE



ORIGINE



HABITUDES MUSÉALES



ACCUEIL ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

Synthèse générale du sondage de satisfaction

Les résultats du sondage 2025 témoignent d'une expérience muséale extrêmement appréciée, portée par :

- la qualité de l'expérience immersive;
- l'audioguide complet;
- la richesse des contenus historiques;
- la beauté et l'authenticité du site patrimonial.

Le musée attire majoritairement :

- une nouvelle clientèle chaque année;
- un public adulte et senior;
- des visiteurs québécois;
- plusieurs visiteurs européens;
- des couples et des familles.

Les pistes d'amélioration identifiées (signalisation, enrichissement de certains contenus) sont ciblées et facilement actionnables.

Ensemble, ces résultats confirment la pertinence de l'exposition Plaisirs de pêche et la solidité du positionnement du Site patrimonial de pêche Matamajaw comme destination culturelle distinctive, immersive et mémorable.



BOUTIQUE

En 2025, la boutique du Musée a poursuivi son développement en misant sur des nouveautés, des artisans locaux et des produits en cohérence avec l'identité du Musée. Cette approche permet à la boutique de jouer pleinement son rôle de prolongement de l'expérience muséale.

Parmi les nouveautés offertes en 2025, on retrouve notamment :

- les créations de Sonia Imbeault ;
- les produits gourmands Les herbes salées du bas du Fleuve ;
- Les bas à Thérèse Rioux, appréciés pour leur caractère local et distinctif ;
- Les créations en époxy de Priscilla Guénette ;
- les produits de La Vallée de la Framboise ;
- Le livre Le grand portfolio des animaux de La Fée Couleur ;
- Le livre Les camps de pêche au Québec de Pierre Lahoud.

Cette sélection contribue à diversifier l'offre tout en mettant en valeur le savoir-faire régional et le patrimoine culturel.

TABLEAU DES VENTES

L'année 2025 affiche une hausse des ventes par rapport à 2024, s'inscrivant dans une tendance positive sur trois ans. Cette progression reflète à la fois:

ANNÉE	REVENU
2023	13 748\$
2024	14 761\$
2025	15 328\$

- l'ajout de produits attrayants et bien ciblés ;
- la fidélité de la clientèle ;
- le rôle croissant de la boutique comme source de revenus autonomes pour le Musée.

COMMUNICATION ET MARKETING

PLAN DE COMMUNICATION

Avec l'agence Perso, située à Rivière-du-Loup, nous avons développé des outils pour mieux identifier les publics du musée et acquérir une vision stratégique en communication dans le but d'augmenter notre achalandage.

STRATÉGIES DE VISIBILITÉ

Suite à cet accompagnement, nous avons mis en place des stratégies de visibilité nous permettant de mieux rejoindre nos publics cibles et ainsi nous rapprocher de notre vision et notre rôle d'institution muséale dans la communauté.

- **Panneaux bleus: Musée Matamajaw**
 - Une offre plus claire avec un terme plus révélateur.
- **Capsules vidéos informatives**
 - L'idée était de créer des contenus mettant en valeur les différents rôles du musée et de les diffuser sur les réseaux sociaux.
 - 8 vidéos de maximum 2 minutes qui ont été diffusées de manière hebdomadaire durant la saison estivale. Un contenu orienté vers les différents rôles du musée et disponibles sur les différents médias sociaux
 - Les vidéos sont disponibles ici : [[Capsules vidéos](#)].

CRÉATEURS DE CONTENUS

- Visite de l'influenceur Farnell Morissette en avril qui a mené à une vidéo sur le musée sur ses réseaux sociaux (TikTok: 115 419 abonnés et Instagram: 47 100 abonnés)
- Visite de l'influenceuse Lisa-Marie Therrien (Faventure) qui a réalisé des publications courte durée (stories) sur ses réseaux sociaux (TikTok: 5321 abonnés et Instagram: 32 300 abonnés). Une initiation et commandite de la MRC de la Matapédia.

COMMUNICATION ET MARKETING

PERFORMANCE DE NOS PLATEFORMES NUMÉRIQUES

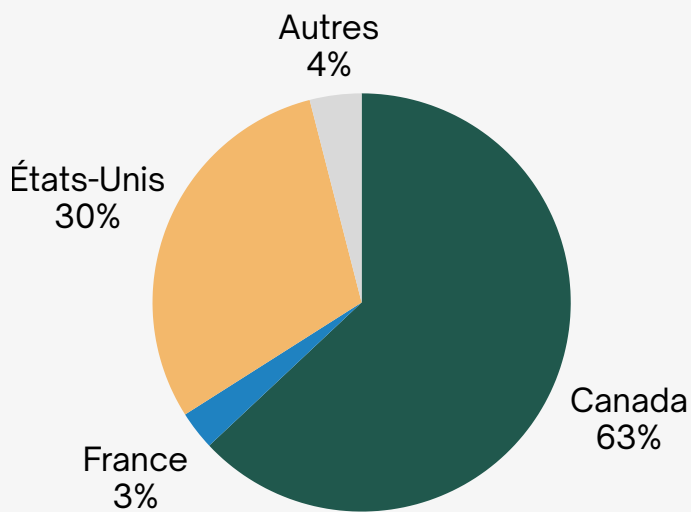
Site internet

- Sessions: 2 500
- Pages vues: 5 369
- Temps moyen par session: 2 minutes 6 secondes

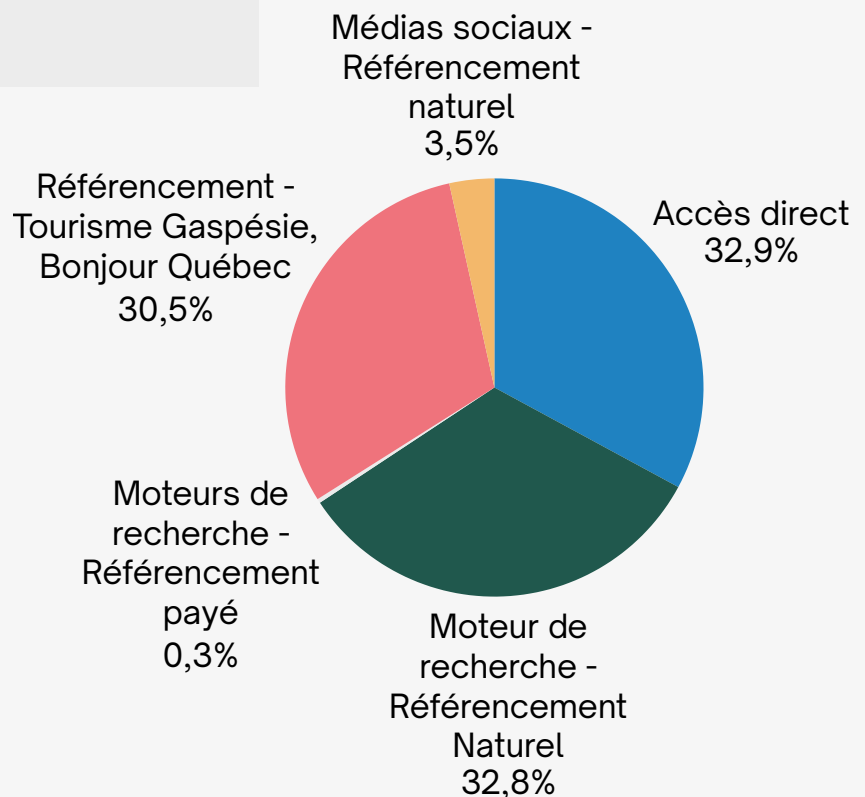
TOP 3 DES SECTIONS LES PLUS CONSULTÉES

1. Accueil
2. Planifier une visite
3. Activités et services

PROVENANCE



SOURCE DE TRAFIC



INFOLETTRE

- 142 abonnés (+49.5%)
- 12 infolettres régulières (1/mois)
- 7 infolettres spécialement aux membres

RÉSEAUX SOCIAUX

Nombre d'abonnés

- Facebook: 1 581 (+21.6%)
- Instagram: 232 (19.6%)
- TikTok: 150 (ouverture du compte en 2025)

COMMUNICATION ET MARKETING

PUBLICITÉS

- Publicité dans le programme du Congrès de l'Association des professeures et des professeurs d'histoire des collèges du Québec (APHCQ)
- Publicité dans Saumon Québec (No.130, automne 2025)
- Publicité dans le Magazine Continuité (No.184, printemps 2025)
- Tourisme Gaspésie
 - Billet de blogue
 - Bandeau photo sur leur site internet
- Québec Maritime

RELATIONS MÉDIAS

- Entrevue sur notre planification stratégique à Première escale
- Plusieurs articles sur le site Mon Matane.ca
- Plusieurs articles sur Ma Gaspésie.ca

FICHES DU MUSÉE SUR LES SITES «PARTENAIRES»

- Société des musées du Québec (SMQ)
- Fédération Histoire Québec
- Tourisme Gaspésie
- Québec maritime
- Journée des lieux patrimoniaux (Patrimoine Canada)
- Ville de Causapscal



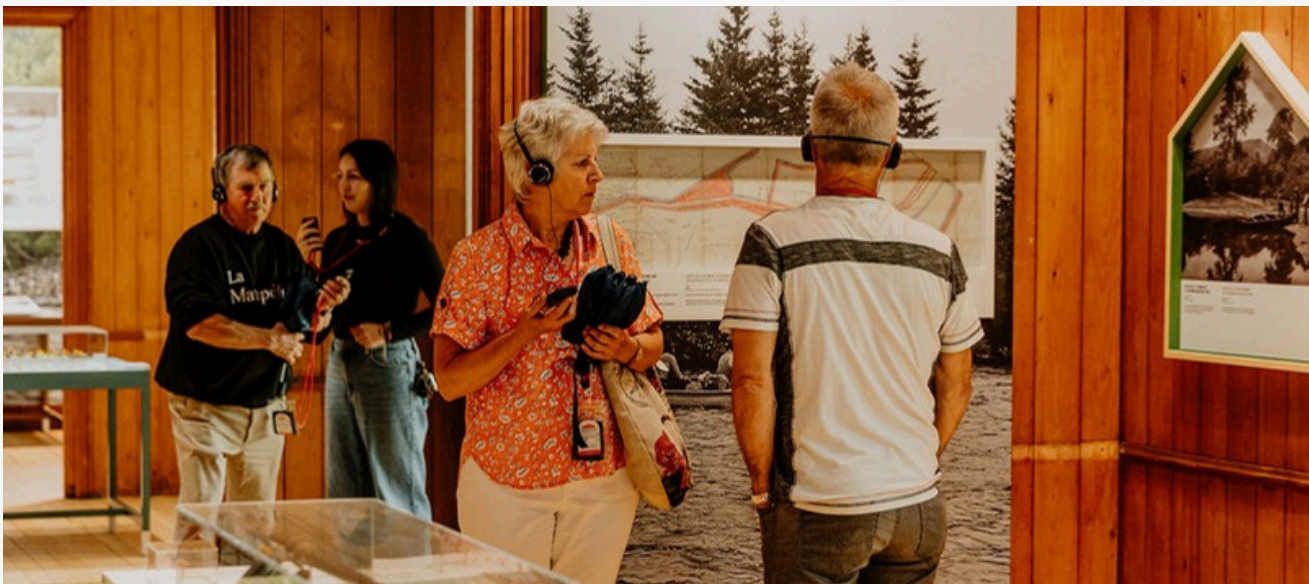
COMMUNICATION ET MARKETING

REPRÉSENTATIONS

- Tournée marketing de Tourisme Gaspésie à La Captive
- Tournée matapédiennne le 5 juillet
- 5 à 7 du Député Maxime Blanchette-Joncas
- Gala prix du patrimoine de Culture Bas-Saint-Laurent
- Gala de la Chambre de commerce de la MRC de La Matapédia
- Gala Reconnaissance de la Commission de développement communautaire de la Matapédia
- Congrès Bienvenue Québec

ADHÉSIONS DU MUSÉE

- Tourisme Gaspésie
- Québec Maritime
- Société des Musée du Québec
- Fédération historique Québec
- Corporation de développement communautaire de La Matapédia
- Chambre de commerce de la MRC de la Matapédia
- Fédération des Transporteurs d'Autobus (Bienvenue Québec)
- Culture Bas-Saint-Laurent
- Fiducie du Canada (lieux patrimoniaux)



COMMUNICATION ET MARKETING

PROJETS MÉDIATIQUES EN DÉVELOPPEMENT – DIFFUSION 2026

En 2025, le Site patrimonial de pêche Matamajaw a été sollicité pour participer à deux projets médiatiques d'envergure, dont la diffusion est prévue en 2026.

1. Websérie *Les Coulisses de la Gaspésie* – Tourisme Gaspésie

Diffusion prévue : printemps/été 2026

Le site a été retenu pour figurer dans la seconde saison de la websérie *Les Coulisses de la Gaspésie*, un projet réalisé par Alexa Fay en collaboration avec Tourisme Gaspésie.

Le tournage réalisé à Matamajaw mettra en lumière :

- l'importance historique du site ;
- son rôle dans la mise en valeur du patrimoine ;
- les humains qui œuvrent derrière sa mission.

2. Visite et tournage avec Laurent Turcot – Le Québec maritime

Diffusion prévue : printemps 2026

Le Québec maritime a choisi le Musée Matamajaw comme l'un des lieux de tournage pour un projet vidéo réalisé en collaboration avec Laurent Turcot, historien et fondateur de la chaîne YouTube *L'Histoire nous le dira*, suivie par plus de 570 000 abonnés.

La capsule prévue mettra en valeur :

- l'histoire du site et de la pêche au saumon ;
- la singularité du patrimoine bâti ;
- l'importance du lieu dans l'évolution des pratiques de pêche au saumon en Gaspésie.

L'accueil du tournage ont été assurés par l'équipe du site en juillet 2025, permettant de préparer une diffusion visant un public large, incluant autant le Québec que l'international, notamment la France.

BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

En 2025, le Bureau d'information touristique de Causapscal a continué son rôle comme point de contact privilégié pour les visiteurs de passage dans la région. Il constitue une porte d'entrée stratégique vers la découverte du territoire, de ses attraits culturels, patrimoniaux et de plein air.

FRÉQUENTATION ET RÔLE STRATÉGIQUE

Le bureau a accueilli 2 826 visiteurs en 2025, confirmant son importance dans l'accueil touristique local. Bien qu'une baisse soit observée depuis 2022 (8 806 visiteurs), cette tendance s'inscrit dans un contexte plus large de transformation des comportements touristiques, notamment avec l'accès accru à l'information en ligne.

La fréquentation demeure concentrée durant la période estivale, avec une forte affluence en juillet et août, correspondant aux principaux flux touristiques de la région.

Le Bureau agit comme :

- un centre d'information sur les attraits de la Matapédia et de la Gaspésie ;
- un point de référence pour l'hébergement, la restauration et les activités ;
- un levier de promotion direct pour le Musée Matamajaw et les initiatives locales.

BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

ENJEUX ET PERSPECTIVES

Un enjeu local demeure la présence de deux bureaux d'information touristique sur le territoire de la MRC de La Matapédia, soit à Causapscal et à Amqui. Cette réalité s'explique que chaque bureau étant soutenu par son conseil de ville respectif.

Cette situation soulève des questions quant à :

- l'optimisation des ressources humaines et financières sur le territoire ;
- la complémentarité des services offerts entre les deux bureaux ;
- la cohérence de l'expérience touristique proposée aux visiteurs entre les deux lieux.

Les données d'achalandage démontrent que le Bureau d'information touristique de Causapscal constitue un point de service actif et fréquenté. Une réflexion est actuellement en cours pour intégrer le Bureau d'information touristique directement à l'accueil du Musée Matamajaw. Cette approche permettrait :

- de regrouper les services d'accueil en un seul point stratégique ;
- d'optimiser l'utilisation des ressources humaines ;
- de favoriser la conversion des visiteurs en clientèle du musée ;
- d'offrir une expérience plus fluide et cohérente dès l'arrivée des visiteurs sur le site.

Une telle intégration s'inscrit dans une vision de développement durable de l'offre touristique locale. Sa mise en œuvre nécessiterait toutefois une analyse approfondie ainsi qu'un arrimage avec les orientations municipales et les partenaires concernés. Dans ce contexte, le Bureau d'information touristique de Causapscal poursuit son objectif de maximiser son impact local, tout en s'inscrivant dans une logique de collaboration avec les partenaires du territoire.

MAISON ET COLLECTION DU DR JOSEPH-FRENETTE

ÉTAT DES LIEUX ET FIN DE GESTION (2019–2025)

La fréquentation de la Maison et collection du Dr Joseph-Frenette demeure faible et irrégulière depuis la réouverture du site :

- 2019 : 23 visiteurs
- 2020 : 0 visiteur (année de contexte pandémique menant à sa fermeture temporaire)
- 2021 : 25 visiteurs
- 2022 : 49 visiteurs
- 2023 : 105 visiteurs

Malgré une hausse appréciable en 2023, les données montrent clairement que le site n'a jamais atteint un seuil minimal permettant une exploitation muséale viable. L'admission fixée à 5 \$ génère des revenus largement insuffisants pour couvrir :

- les heures d'ouverture ;
- l'entretien de base ;
- l'accueil des visiteurs ;
- la médiation minimale.

À cela s'ajoutent des obstacles structurels persistants:

- attractivité limitée face à la présence de deux musées à moins d'un kilomètre, menant à une forme de cannibalisation ;
- absence de stationnement à proximité ;
- dénivelé important, rendant l'accès difficile pour une partie du public ;
- trois années d'inactivité, ayant coupé l'élan initial.

MAISON ET COLLECTION DU DR JOSEPH-FRENETTE

En cinq ans, l'achalandage a oscillé entre 0 et 105 visiteurs par année, confirmant l'impossibilité d'assurer une programmation, une médiation ou une rentabilité minimale. Au-delà de l'achalandage, l'état du bâtiment représente un frein majeur à toute mise en valeur durable. L'annexe ajoutée au bâtiment a toujours souffert de problèmes de conservation, notamment:

- instabilité des niveaux d'humidité ;
- manque de contrôle environnemental ;
- incapacité à maintenir des conditions adéquates pour des artefacts fragiles.

Ces conditions compromettent directement la préservation d'une partie de la collection.

Entre faibles revenus, achalandage insuffisant, état préoccupant du bâtiment et conditions de conservation inadéquates, la relance de la Maison Frenette n'était plus réaliste dans le cadre des responsabilités de Faucus. La décision de mettre fin à sa gestion au 31 décembre 2025, tout en accompagnant M. Marc-Antoine Thériault dans la recherche d'un musée d'accueil pour la collection, s'impose donc comme la solution la plus responsable et durable pour préserver ce patrimoine.



MERCI À NOS COLLABORATEURS

Nous tenons à remercier chaleureusement les administrateurs et les employés de Faucus inc. pour leur implication et leur dévouement tout au long de l'année 2025. Nous remercions aussi le ministère de la Culture et des Communications du Québec, la Ville de Causapscaal, la MRC de la Matapédia et Tourisme Gaspésie pour leur soutien financier indispensable.



ORIENTATIONS 2026

Voici les actions que nous souhaitons réaliser en 2026

**Poursuivre
notre
démarche de
planification
stratégique**

**Dégager du
temps pour
travailler sur
notre
collection**

**Accroître
l'achalandage
au Musée**

**Devenir la
référence
muséale et
culturelle dans
la région**