

# MuseumPASSmusées, pourquoi s'en priver ?

ARTS L'objectif est de rendre les musées accessibles au plus grand nombre

- ▶ Avoir accès libre, autant de fois qu'on le désire, à 120 musées pour 50 euros, c'est désormais possible.
- ▶ Valable un an, le pass a été mis en vente en ligne ce jeudi à 15 h.

Un pass, 50 euros, 120 musées, tel est le résumé chiffré du projet museumPASSmusées lancé officiellement ce jeudi. Mais en pratique, de quoi s'agit-il ? « Concrètement, explique Julie Van der heyden, directrice de museumPASSmusées, on achète une carte pour 50 euros. En arrivant dans un des 120 musées participants, on passe simplement sa carte devant un boîtier qui vérifie l'identité et la photo de la personne. Et on a accès gratuitement au musée. Autant de fois qu'on veut dans autant de musées qu'on le désire. »

Pour les visiteurs, cela signifie d'abord un gain financier. Celui qui voudrait découvrir les 120 institutions participantes s'offrirait ainsi la visite au prix moyen

de... 42 cents. Qui dit mieux ? On nous objectera qu'il est peu probable que quelqu'un se lance dans un tel périple. C'est sans doute vrai, mais qui sait ?

## Prix unique mais dégustation à la carte

Si on regarde les choses différemment, on se dit surtout qu'avec cette carte en poche, on n'hésitera plus à pousser la porte d'un musée devant lequel on passait tous les jours sans y entrer. Ou à aller jeter un œil sur un lieu qui, a priori, ne correspondait pas à nos goûts habituels. Là où on renâclait à sortir 5, 10 ou 20 euros pour découvrir un monde auquel on ne connaissait rien, on pourra désormais accumuler les découvertes.

Par ailleurs, avec la carte permettant de revenir autant de fois que désiré, le visiteur pourra combiner autrement ses visites : par exemple profiter de son temps de midi pour se rendre plusieurs fois en un même lieu et en découvrir toutes les richesses. Ou faire une première visite générale puis revenir pour s'attarder sur l'une ou l'autre salle ou œuvre qui l'aura captivé. On pourra, comme Umberto Eco le préconisait, revenir autant de fois qu'on le désire pour se plonger

dans l'exploration d'une seule œuvre. Ou, au contraire, se gaver de toutes les merveilles d'un même musée en y passant toutes les semaines.

## Sortir de sa zone d'intérêt habituel

Bref, pour le visiteur, le museumPASSmusées n'a que des avantages. D'autant qu'une fois qu'on l'a acquise, on aura à cœur de la rentabiliser en poussant la porte des différents musées dès que possible. « Cette carte, c'est d'abord la flexibilité, confirme Julie Van der heyden. On peut venir quand on veut, où on veut, autant de fois qu'on veut. On peut approfondir sa connaissance de lieux auxquels on est fidèle ou goûter à tout ce qui existe et qui nous était encore inconnu. Et puis, c'est une plateforme, avec un site dédié, qui crée une communauté. »

La carte permet en effet de recueillir aussi des infos... « en toute légalité, précise d'emblée la directrice. Nous sommes parfaitement en règle avec la directive RGPD. Le but, c'est juste de pouvoir proposer à chacun des expériences qui combinent ses attentes mais aussi de lui proposer d'autres choses, hors de sa zone

d'intérêt habituel ».

## Un cadeau idéal

Et tout cela n'est qu'une première étape. « Pour l'instant, nous visons les habitués et ceux qui vont une ou deux fois par an aux musées. Ceux qui n'y vont jamais ne sont pas notre priorité numéro 1. Mais à terme, le but est aussi d'en décider certains. La carte est nominative mais peut être achetée par n'importe qui. Il suffit ensuite de la valider chez soi en allant sur notre site. C'est donc un cadeau idéal, y compris pour des gens qui ne vont jamais au musée et à qui on veut les faire découvrir. »

Par ailleurs, si le prix est unique pour tous, grâce aux différents systèmes d'aide au plus démunis comme Article 27, ceux-ci pourront l'obtenir au prix de 10 euros à peine. Rien par contre du côté des écoles ou des familles pour l'instant. « Mais on y pense. Dès le lancement des 6.000 pass en avant-première, on a eu des tas de questions sur le sujet. » ■

JEAN-MARIE WYNANTS

On peut acheter le pass dans les musées participants et en ligne sur <https://www.museumpassmusees.be/fr>.

## PROFIL

### Une directrice entre marketing et création artistique

Si le roi Philippe en personne se voit remettre ce jour le premier pass officiel, 6.000 passionnés ont déjà pu en acquérir un en

avant-première en réagissant promptement (tout est parti en deux jours) à l'annonce de cette initiative au mois de mai de cette année. Parmi ces amateurs attentifs, Julie Van der heyden, aujourd'hui directrice de museumPASSmusées. « J'avais repéré l'annonce, explique-t-elle en riant, et dès la première mise en vente, je me suis précipitée. Je dois avoir le numéro

1.300 et quelques. » Depuis, cette ancienne spécialiste en marketing et analyse de données, auprès notamment d'une grande marque de soda, est devenue la patronne de l'initiative. Étonnant ? Pas tellement quand on sait que son parcours a bifurqué il y a deux ans. « Après

16 ans dans le marketing, j'ai voulu me réorienter et sortir de ma zone de confort. Je dessine depuis toujours et je me suis inscrite à la Luca School of Arts en dessin. » Elle en est sortie avec un baccalauréat en Graphic Storytelling. Et une passion renouvelée pour la culture qui l'a amenée à ce poste. « Attention, je ne viens pas

en me prétendant spécialiste du secteur sous prétexte que je sais dessiner. Moi, j'apporte les lunettes du visiteur dans ce milieu. Je vois les choses du côté du visiteur. Mon profil correspond à celui de l'amateur d'art et de sciences moyen qui fréquente les musées en Belgique. Et je peux apporter en plus ma connaissance du marketing et de l'analyse de données. »

J.-M.W.

# du côté des institutions Augmenter la fréquentation et mieux connaître les flux de public

**D**u côté des organisateurs, l'intérêt se situe à plusieurs niveaux. « *Le but est d'augmenter le nombre de visites des amateurs habitués mais aussi et surtout de ceux et celles qui fréquentent les musées une à deux fois par an* », précise Julie Van der heyden.

« *D'autre part, et c'est nouveau dans ce secteur, les boîtiers numériques enregistrent le passage de chaque détenteur de la carte et permettent d'avoir une vue, en temps réel, sur les flux de public et de renvoyer ces infos dans le secteur.* »

## Comment partager le gâteau

Et côté finances ? « *Tout l'argent récolté par la vente du museumPASSmusées va dans un pot commun. A chaque entrée enregistrée dans un musée, celui-ci reçoit 60 % du prix de vente habituel d'un ticket*

*dans le musée en question. Si votre prix d'entrée est de 10 euros, vous recevez 6 euros. S'il est de 20 euros, vous en recevez 12.* » Moins donc que pour une entrée normale...

« *Oui, mais le but, c'est d'augmenter le nombre de visiteurs. Aux Pays-Bas, où le système existe depuis des années, 25 % des visiteurs utilisent le pass. Cela laisse donc 75 % de personnes qui paient le prix plein. Et cela a fait augmenter considérablement la fréquentation. Le but est aussi de pousser les gens à aller voir plus de choses. Il y a donc plus de musées qui en bénéficieront. Ou certains qui en bénéficieront plusieurs fois pour un même visiteur venant à plusieurs reprises. Par ailleurs, comme on a payé sa carte une fois au départ, on a une sensation de gratuité ensuite en visitant les différents mu-*

*sées. On peut alors se faire un petit plaisir en passant au shop à la sortie. Ce qui augmente les ressources financières des institutions.* »

## Le soutien du Palais

Et manifestement le secteur l'a compris. La première grande réussite de ce museumPASSmusées est d'avoir su fédérer autant d'institutions différentes dépendant de tous les niveaux de pouvoir : villes, provinces, Régions, Communautés, fédéral... « *Il y avait une demande forte dans le secteur. Quand on a lancé l'idée il y a deux ans, on a invité tout le monde en leur disant de venir sans a priori, pour essayer de faire quelque chose ensemble. Il y a eu beaucoup de discussions passionnelles, difficiles... Mais on avait balisé le terrain avec les données de 30 ans d'expérience aux Pays-Bas et d'initiatives semblables en Italie, en Finlande, etc.* »

Et chacun sentait bien qu'il n'était plus temps de tergiverser.

« *Le secteur des musées fait partie du secteur récréatif. Il y a donc une concurrence non seulement entre musées mais aussi avec les parcs d'attractions, les nouvelles technologies, le gaming... Se regrouper, créer une plateforme commune rend le secteur plus fort pour parler aux consommateurs. Le secteur bouge et est prêt à se mettre au goût du jour. Les choses se sont vraiment formalisées en janvier de cette année et neuf mois plus tard, la carte est là. Pour nous, c'est la vraie surprise : les différentes institutions mais aussi leurs pouvoirs de tutelle ont réagi très rapidement, à tous les niveaux de pouvoir. Les deux ministres de la Culture, Alda Greoli et Sven Gatz, ne mettent pas d'argent mais soutiennent le projet. Même le Palais royal nous a appelés pour apporter son soutien. Evidemment, ça ouvre des portes.* » ■

J.-M.W.