

124 musées belges accessibles toute l'année pour 50 euros

ACCESSIBILITÉ

Un accès illimité à 124 musées toute l'année pour 50 euros: la formule du Pass Musées, lancée le 20 septembre dernier, séduit. Il s'en est vendu 30.000 en un mois et demi. Objectif: 500.000 en 5 ans et 12 millions d'euros de recettes pour les musées belges.

XAVIER FLAMENT

«Ce samedi, j'ai loupé de peu le 30.000^e pass vendu», s'enthousiasme Julie Van der Heyden, qui anticipe d'un bon mois son objectif de l'année. La directrice du museumPASSmusée, experte en marketing stratégique et en analyse de données, reconnaît cependant que la Belgique doit rattraper son retard. «Un pass similaire existe depuis plus de 20 ans au Pays-Bas. Il y a déjà des pass transfrontaliers et il se prépare un pass européen...»

Il faut mettre au crédit de l'ASBL

Publiq (anciennement Cultuur.net), située le long du canal à Molenbeek, d'avoir su composer avec la complexité institutionnelle belge et réunir autour de la table, en 2015, le Conseil bruxellois des musées, le Vlaams Museumoverleg, ICOM Belgique/Wallonie-Bruxelles et Musées et société en Wallonie. Le politique a suivi dans le cadre de l'accord de collaboration entre les communautés française et flamande (Alda Greoli et Sven Gatz), tandis que la secrétaire d'État Zuhair Demir donnait sa quote-part au niveau fédéral.

Il faut dire que l'érosion continue de la fréquentation des musées réclamait qu'on dépasse les clivages pour redynamiser le secteur et générer de nouveaux moyens financiers en dehors des subsides. Une étude de 2007 de la Fédération Wallonie-Bruxelles faisait état d'une érosion de 9% par rapport à 1985 et pointait la multiplication de l'offre culturelle et la concurrence croissante d'internet pour expliquer la baisse de la fré-

quentation. Et cela, c'était avant l'explosion du smartphone...

La création d'un pass offre plusieurs avantages pour contrecarrer la tendance: l'accès gratuit pendant un an qui permet de visiter un musée entre l'heure du midi, sur un coup de tête et d'y revenir, la création d'une communauté à entretenir et à élargir par des actions marke-

ting ciblées, l'accès du musée à des segments plus larges, notamment les jeunes qui viennent d'entrer dans la vie active ou le public défavorisé (pass à 10 euros pour ce dernier), la captation de data pour mieux cerner et cibler les publics (en respectant la législation

RGPD). «Avec ces données, les musées pourront identifier les moments clés, comment ils se comportent par rapport aux autres, etc. C'est un outil global qui va leur donner une meilleure visibilité et influencer leur politique commerciale», prédit Julie Van der Heyden.

L'ambition: 100.000 pass à vendre en 2019 et 500.000 en 5 ans. Pour

chaque visite avec un pass, le musée concerné perçoit jusqu'à 60% du prix d'entrée moyen, soit en 5 ans, une manne de 12 millions de recettes supplémentaires à redistribuer entre les 124 institutions partenaires, de Bozar au Wiels à Bruxelles, du BAM au PBS22 en Wallonie, du Mukha au Smak en Flandre.

Aux Musées royaux des Beaux-Arts, qui figure dans le top 100 des musées les plus visités au monde, on se tâte encore pour voir comment ne pas léser les avantages des «Amis du musée», mais on se montre «très intéressé par la formule».

www.museumpassmusees.be

30.000

Le nombre de Pass Musées vendus depuis le lancement officiel de l'opération, le 20 septembre dernier. À ce jour, 124 musées y ont adhéré.