

Un pass pour franchir les frontières

Depuis vingt ans, les curieux dévorent le patrimoine du Rhin supérieur, musées, châteaux ou jardins français, allemands et suisses grâce au Museums-pass-musées. Un sésame qui leur coûte 112 € à l'année avec la possibilité d'emmener cinq enfants sans déboursier un centime de plus.

Le Museums-pass-musées fête ses vingt ans. Un anniversaire d'autant plus joyeux que le dispositif affiche une santé de fer et une progression qui booste son équipe de huit salariés. Ce e-pass, au format d'une carte bancaire, s'achète 112 € et permet de rentrer, sans plus déboursier un kopeck, dans 332 sites, à 80 % des musées et lieux d'exposition, mais aussi des châteaux et jardins. Et ce pendant un an, en pouvant également emmener cinq enfants (pas forcément les siens) avec soi.

La singularité de la formule réside dans son caractère trinational, puisque cela couvre l'Est de la France, une partie de l'Allemagne et de la Suisse. Sa réussite s'exprime dans son autonomie financière : « Le projet a été subventionné par les fonds interreg jusqu'en 2002, depuis, on s'autofinance, indique le directeur Gilles Meyer. Normalement, tous les projets interreg doivent s'autofinancer au bout de cinq ans, mais nous sommes les seuls à avoir réussi, en tout cas dans le domaine culturel ! ».

Le dispositif est géré par une association basée à Bâle, de droit suisse donc, à but non lucratif. Le chiffre d'affaires, constitué de la vente du pass, est donc entièrement redistribué, une fois les frais de fonctionnement déduits.

« Ils deviennent passionnés grâce au pass »

Les musées, châteaux et jardins sont incités à vendre le pass, avec une commission de



Le Museums-pass-musées est particulièrement prisé par les visiteurs de la fondation Beyeler un des sites dont l'entrée est la plus chère. Archives DNA/Christian LUTZ-SORG

25 % (28 €). La carotte fonctionne puisqu'ils diffusent 90 % des pass en circulation, précise encore Gilles Meyer. Il y a, par ailleurs, un système de reversement pour compenser l'absence de prix d'entrée ; le calcul, prenant en compte divers éléments, aboutit à verser 70 % du prix d'entrée moyen aux lieux très porteurs (cette année, ils sont six dont l'Écomusée d'Alsace ou la fondation Beyeler) et 55 % aux autres.

Le premier objectif du pass est « d'emmener les gens aux musées, explique Gilles Meyer. Nos

porteurs de pass y vont en moyenne dix fois. » Cela dit, on peut penser qu'à 112 €, la formule n'intéresse que des passionnés, déjà acquis à la cause... « Ils deviennent passionnés grâce au pass », estime le directeur. Pour lui, cela n'est pas un problème d'argent, mais d'intérêt. « Si cela ne vous intéresse pas, ce sera de toute façon trop cher. »

Attirer les jeunes

Et d'ajouter : « Mes amis qui ne vont pas au musée me disent

« c'est cher, chiant, sombre, vieux et de toute façon, on ne sait pas ce qui s'y passe... Tout en ne sachant pas combien coûte l'entrée de tel ou tel lieu ! Je ne crois pas que la fréquentation est liée au prix, mais plutôt à la programmation. Il faut des choses adaptées au public, pas uniquement pour les initiés. »

Deuxième objectif : attirer les jeunes. Museums-pass-musées passe la vitesse supérieure dans le domaine en lançant pour son 20^e anniversaire le pass Maarsi pour les moins de 12 ans. Il donne accès à 140 lieux sur les

trois territoires. Maarsi est un extraterrestre, il lance des défis, demande aux jeunes de faire des selfies devant telle ou telle œuvre, propose des quizz, etc. Tout cela dans le but de gagner des lots. « Pendant six mois, le pass sera gratuit et après on fera un bilan pour voir si le public est captif ou pas. On en a sorti 30 000 exemplaires. »

Le troisième objectif concerne l'aspect trinational : « Faire en sorte que les gens bougent au-delà des frontières. » Une étude montre que le pari est réussi avec les porteurs de pass fran-

EN CHIFFRES

- **Nombre d'entrées-pass :** 440 000 en 2018.
- **Nationalités :** il y a 27 000 porteurs de pass allemands, 11 000 suisses et 8500 français.
- **Reversements :** 3,7 millions d'euros (M€) ont été reversés aux 332 sites en 2018, dont 1,12 M€ en commissions sur vente et 2,25 M€ de reversements sur les entrées.
- **Profil :** le porteur du pass a, en moyenne, 55 ans et plus ; il est diplômé. 52 % sont des femmes.



Gilles Meyer directeur du Museums-pass-musées qui fête ses 20 ans en 2019. DR

çais qui sont 40 % à aller en Allemagne, mais surtout en Suisse. On passe à 30 % pour les Allemands et à 12 % pour les Suisses, manifestement peu enclin à quitter leur terre natale... « C'est normal car la Suisse a une offre pléthorique en musées, en plus de qualité. Bâle, par exemple, c'est 36 km² et 36 musées. »

Quatrième objectif : la communication trinationale. Le site internet museumspass.com diffuse les infos de ses partenaires. L'association organise aussi une soirée privée par mois pour les porteurs de pass : « Il faut s'inscrire et c'est souvent plein en deux minutes ! »

Textes : Annick WOHL

« L'important est de participer à ce réseau trinational »

La part du pass dans le total des entrées est très variable selon les sites, de 1 à 10 % environ. Mais au-delà de la fréquentation, boostée ou pas, c'est l'aspect « réseau trinational » qui intéresse les responsables de musées et châteaux que nous avons interviewés.

Château du Haut-Koenigsbourg

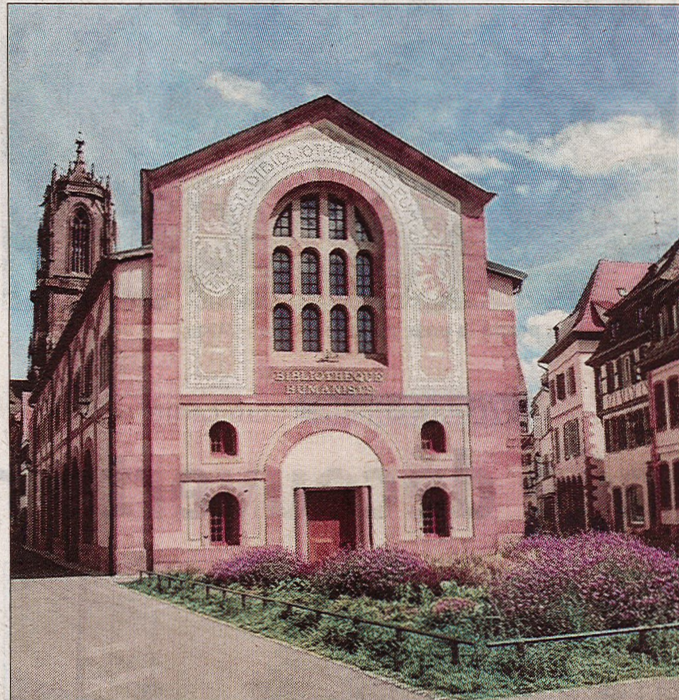
Les 2500 entrées-pass ne pèsent pas lourd pour ce site qui a reçu 538 000 visiteurs en 2018 ! Surtout qu'il s'agit en fait de 1500 adultes qui ont emmené 1000 enfants... « L'objectif n'est pas quantitatif, mais qualitatif, précise le directeur du château, Bruno Caro. L'important est de participer à ce réseau trinational. Ce sont 1600 Français, 600 Allemands et 200 Suisses qui ne seraient peut-être pas venus sans ce dispositif. » Le responsable souligne que la clientèle pass est « intéressante. Ce sont des gens qui aiment la culture et qui dépensent un peu d'argent, à la fois chez nous, mais aussi dans les restos ou hôtels du coin. Car le château a vocation à être un pivot pour le tourisme alsacien. »

Bibliothèque humaniste

« C'est important pour nous d'être dans ce réseau qui draine des gens de partout, pas seulement d'Alsace, confie Benjamin Fendler, le directeur du site sélestadien. Grâce à ce pass, on a eu des Suisses et des Allemands. » En 2018, la Bibliothèque humaniste a comptabilisé 2000 entrées-pass sur un total de 37 000 (5,5 %). Elle a vendu et renouvelé plus d'une centaine de pass : « C'est lié à la réouverture après extension. Jusqu'alors on faisait un cinquième de ça. » Il évoque aussi une soirée organisée avec l'association : « Les 130 places ont été prises en quelques minutes ! » Au regard du coût du pass, il estime qu'il faut avoir « une vraie envie de musées » pour l'acheter. Mais il table sur le désir des porteurs de pass de « profiter au maximum de leur investissement » en allant visiter des « sites moins évidents comme le nôtre ».

L'Écomusée d'Alsace

« On a été un des premiers à entrer dans le réseau Maarsi (lire ci-dessus), cela correspond à l'évolution du site en matière d'offres ludiques pour le jeune public », indique Natacha Sengler, responsable marketing. En 2018, l'Écomusée d'Alsace a enregistré 14 000 entrées-pass sur



En 2018, la Bibliothèque humaniste de Sélestat a comptabilisé 2000 entrées-pass. Archives L'Alsace/Luc SORGIUS

un total de 172 000 (8 %). Et a vendu plus de 400 pass : « On est parmi les meilleurs vendeurs ! C'est un investissement au départ, mais après c'est jackpot bingo, poursuit la responsable. C'est un dispositif de fidélisation pour nous. Cela permet aussi de travailler notre image qui souffre encore d'une réputation statique, collection de

vieilles maisons... »

Musée Théodore Deck

En 2018, le musée de Guebwiller a compté 445 entrées-pass (sans compter les enfants) sur un total de 5091, un peu moins de 10 %. « L'important c'est de pouvoir être dans un réseau, même en étant un petit musée, confie la directrice

Charlène Bernard. De pouvoir échanger avec les autres institutions, s'insérer dans un dispositif trinational. Cela nous offre une certaine visibilité. Avec le pass, des personnes qui sont à Colmar pousseront peut-être jusqu'à Guebwiller pour nous découvrir. » La responsable billetterie ajoute qu'elle a vendu 49 pass en 2018. « La vente diminue car les tarifs ont augmenté ces deux dernières années. Beaucoup de gens se demandent s'ils vont renouveler leur pass. 112 €, faut rentabiliser ! S'ils font que l'Écomusée et chez nous, ce n'est pas rentable. En fait, le pass c'est surtout pour ceux qui vont souvent à Beyeler. »

Musée Unterlinden

En 2018, le musée a comptabilisé 9417 entrées-pass (dont 4000 visiteurs français, 61 suisses et 2900 allemands) sur un total de 193 000 entrées. En 2017, ce fut 13 545 entrées-pass : « Les porteurs de pass s'intéressent aux expositions temporaires ; en 2017 on en a eu quatre, en 2018, deux, analyse Marie-Hélène Siberlin responsable communication. L'attractivité du pass dépend de la programmation. C'est un public de proximité, régional, et nous, nous recevons beaucoup de

touristes nationaux, internationaux. Mais avec le Museums-pass, on est dans notre projet de fidélisation du public. » Unterlinden a vendu 640 pass en 2018.

Musée alsacien de Strasbourg

Guy Fritsch gère la billetterie des huit musées municipaux de Strasbourg. Ces établissements ont enregistré 652 000 entrées en 2018, dont 9400 avec un pass. Pour le musée alsacien, ce sont 771 entrées-pass sur 65 000 ; pour le musée d'art moderne, 3200 sur 155 000. « On est à 2 ou 3 %, pour nous, les répercussions sont relativement faibles. Ce n'est pas ça qui nous amène des visiteurs. À Strasbourg, une grande partie du public sont des touristes auxquels le pass ne s'adresse pas principalement. On sent un frémissement au Musée d'art moderne à cause des expositions temporaires dont les porteurs de pass sont friands. » Le responsable ajoute que la participation des musées strasbourgeois au dispositif n'a jamais été remise en cause. « C'est une question de visibilité et de faire partie du réseau. De toute façon, il aurait été inconcevable que Strasbourg ne participe pas. »