



La Lettre de l'OCIM

Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques

111 | 2007
mai - juin 2007

Le Passeport musées suisses

Cathy Savioz



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ocim/770>

DOI : 10.4000/ocim.770

ISSN : 2108-646X

Éditeur

OCIM

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2007

Pagination : 40-46

ISSN : 0994-1908

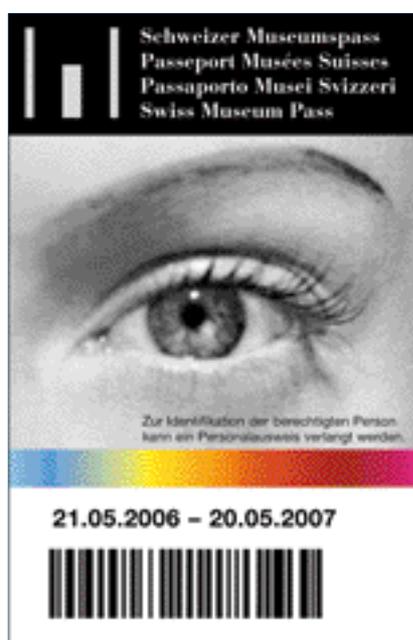
Référence électronique

Cathy Savioz, « Le Passeport musées suisses », *La Lettre de l'OCIM* [En ligne], 111 | 2007, mis en ligne le 15 mars 2011, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/770> ; DOI : 10.4000/ocim.770

Tous droits réservés

Le Passeport musées suisses

Cathy Savioz *



Fidéliser le public, attirer le non-public, ancrer davantage l'univers des musées à celui du tourisme : tels sont les objectifs affichés depuis 10 ans par le Passeport musées suisses. Grâce notamment à des partenariats établis avec le monde de l'économie et de la finance, les 430 musées affiliés proposent ainsi une alternative originale à la politique tarifaire traditionnelle.

Une passerelle entre tourisme et offre culturelle

La Suisse est une destination touristique prisée depuis des siècles. Dans son PIB brut, le tourisme représente 3 % des recettes ou 9 % des recettes d'exportation, soit 12,9 milliards de francs par an. Ce qui est peut-être moins visible, c'est que la Suisse a l'une des plus grandes densités de musées par habitant. Aujourd'hui, le pays compte près de 1 000 musées pour 7,5 millions d'habitants : des musées régionaux, mais aussi d'Art, d'Ethnographie et d'Anthropologie, d'Histoire et Archéologie, de Sciences naturelles...

Pourtant, entre tourisme et musées, un fossé invisible se dressait aussi profond que les gorges du Schöllenen. Un professionnel du tourisme qui voulait créer un produit touristique et y insérer une visite de musée se heurtait à des particularismes et des événements de court terme. De son côté, l'homme de musée protégeait sa précieuse collection contre les foules de visiteurs et restait prudemment éloigné des réflexions sur l'économie et le marketing. Les choses ont bien changé. D'abord, parce que les professionnels voient

* Cathy Savioz est coordinatrice francophone pour la Fondation Passeport musées suisses depuis 1997 et dirige le bureau « webpublisher & media relations cathy savioz » à Genève www.cathysavioz.ch

désormais au-delà de leur pré carré. Et parce que la passerelle entre tourisme et musées en Suisse a pris la forme d'un... passeport.

En 1997, l'Association des musées suisses, Suisse Tourisme et l'Office fédéral de la Culture créent le *Passeport musées suisses* dans le but de diversifier et augmenter le public des musées et de créer un lien entre l'offre touristique et l'offre muséale. Ils confient la gestion à la Fondation du même nom, sous la direction de Theo Wylter.

La solution : créer une communauté tarifaire pour les entrées de musées

Les mondes à concilier sont divers. Du côté des musées, il y a des institutions totalement subventionnées et d'autres totalement autofinancées, des équipes salariées et des équipes bénévoles, des collections permanentes et des expositions temporaires, des prix d'entrée variant de 0 à 24 francs. Sans oublier les langues de travail – le français, l'allemand et l'italien – voire l'anglais pour la communication touristique.

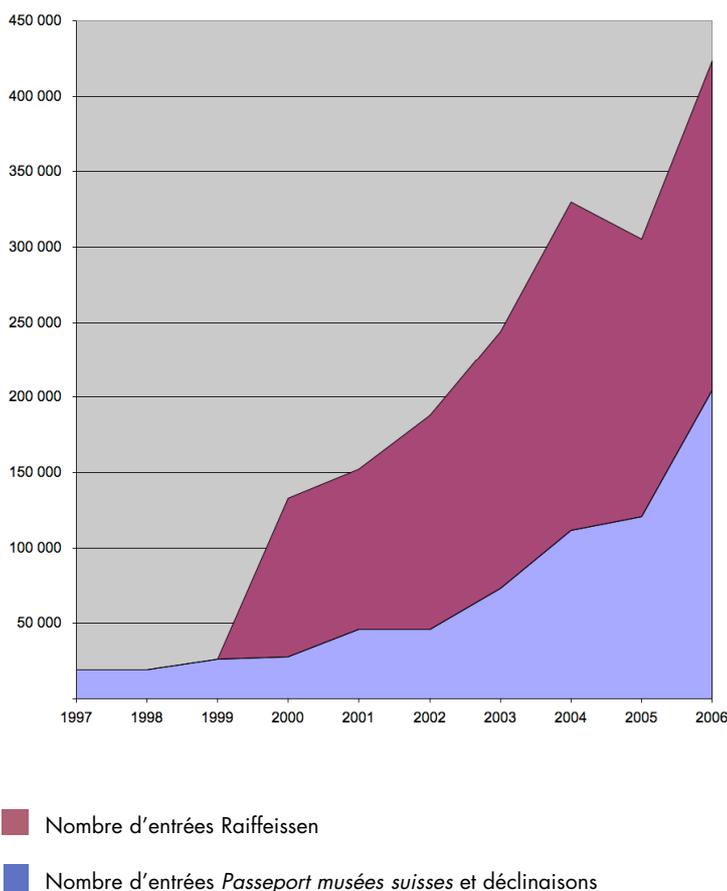
Le groupe de travail pour un *Passeport musées suisses* s'est très vite orienté sur la création d'un passeport. Celui-ci permet un nombre d'entrées illimitées mais sa durée de validité est limitée. Il donne accès aux musées affiliés, tant pour les collections permanentes que pour les expositions temporaires, mais pas aux visites commentées, ni aux catalogues ou autres produits. Le passeport est personnel et se décline en trois tarifs : tarif normal pour une personne adulte, tarif réduit pour les chômeurs, les étudiants et les retraités ; tarif « plus » pour une personne accompagnée au maximum de 5 enfants de 6 à 16 ans.

Si le passeport s'avère facile d'emploi, comment convaincre petits et grands musées d'adhérer au même projet ? Plusieurs hypothèses ont été mises en avant et celle qui a rencontré la confiance des institutions était celle qui, administrativement parlant, donnait le plus à faire. Chaque entrée réalisée avec le *Passeport musées suisses* est notée par le musée et remboursée par la Fondation, à hauteur de 80 % du prix moyen d'entrée. Ce prix moyen d'entrée est calculé pour chaque musée et stipulé dans le contrat de collaboration qui unit les deux parties. Les musées sont libres de s'affilier au *Passeport musées suisses* et ils s'engagent à donner des décomptes précis tous les deux mois. Pour accroître la visibilité de l'offre muséale, le Passeport s'est ouvert, dès le départ, aux musées gratuits. L'affiliation des musées est conditionnée à leur appartenance à l'Association des musées suisses.

Le Passeport musées suisses en chiffres (1997-2006)

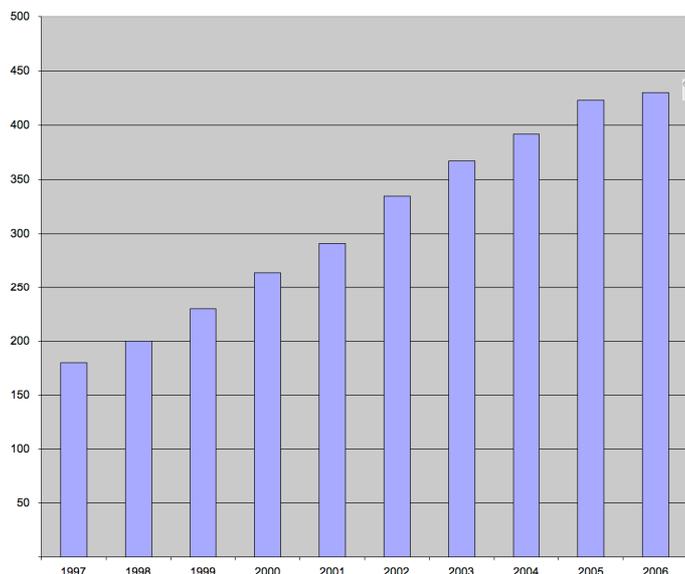
La Fondation dispose de 20 % du chiffre d'affaire pour son fonctionnement : les honoraires, le loyer, la comptabilité, les frais d'impression et de publicité. En 2006, elle a généré un chiffre d'affaires de 3,7 millions de francs, issus de la vente des passeports pour 42 % et des partenariats pour 58 %. Elle est autofinancée depuis 2000. Les titulaires de passeport étaient 4 000 en 1997, 600 000 en 2000 et 1,1 million en 2006, grâce aux nombreux partenariats. Tous les paramètres sont en augmentation constante depuis 10 ans. L'infléchissement des courbes des graphiques suivants, pour l'année 2005, s'explique par le fait que le musée des Transports de Lucerne – un musée prisé par les titulaires d'un Passeport – a conclu un accord direct avec les banques Raiffeisen. Après une année, il a rejoint la Fondation à nouveau, d'où la reprise de la progression.

Progression du nombre d'entrées



Évolution du nombre de musées

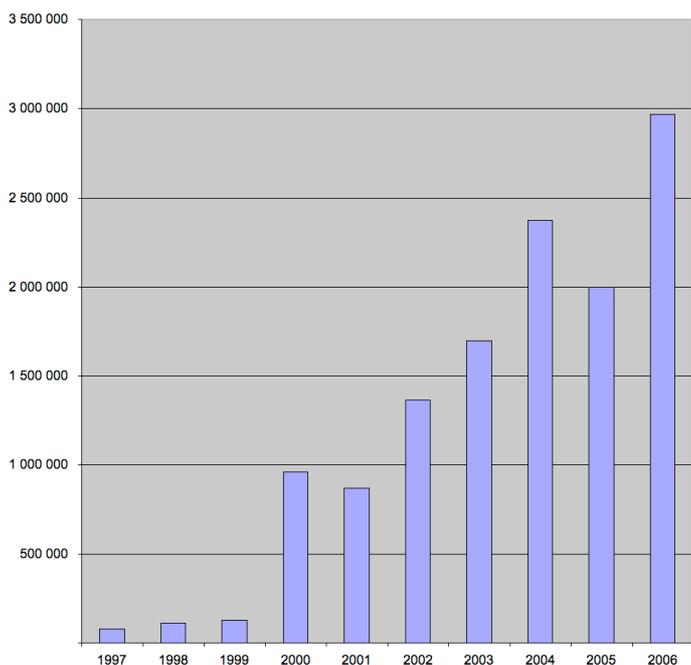
Les musées s'affilient volontairement au *Passeport musées suisses*. Globalement, les musées privés ont demandé plus rapidement leur affiliation que les musées publics. Régulièrement, la Fondation se fait connaître auprès des nouveaux musées et tente de convaincre les musées non affiliés. Il y avait 180 musées au démarrage, il y en a 430 à ce jour.



■ Nombre de musées affiliés

Évolution de la somme remboursée aux musées

Près de 13 millions de francs ont été remboursés aux musées par la Fondation depuis 1997.



■ Somme remboursée aux musées, en francs

Les produits

Actuellement, la Fondation émet un passeport annuel ou un carnet de coupons correspondant à cinq entrées (voir encadré ci-dessous).

Simultanément, la Fondation entreprend des négociations avec des partenaires économiques pour ajouter la prestation *Passeport musées suisses* à certaines cartes existantes, telles que cartes bancaires, contrats touristiques ou titres de transports. En voici les principales.

Les banques Raiffeisen

À l'occasion de leur 100^e anniversaire, en 2000, les banques Raiffeisen ajoutent la prestation *Passeport musées suisses* à leurs cartes VISA/Master Card/EC direct. Elles organisent leur campagne publicitaire sur cette nouveauté : dépliants, presse écrite, journal clientèle, spots télévisés. Le succès est immédiat et si important qu'il étonne les deux parties : les clients Raiffeisen effectuent plus de 105 000 entrées la première année. La collaboration est reconduite sans interruption : en 2006, 218 000 personnes ont présenté une carte Raiffeisen à l'entrée d'un musée. Selon les nombreux témoignages, la clientèle Raiffeisen n'était pas à l'origine habituée à la visite des musées.

Le Passeport musées suisses

Le **passeport annuel**, destiné aux passionnés de musées, est rentabilisé par 6 à 8 visites. Adulte : 111 francs/an ; Adulte Plus : 122 francs/an ; Chômeurs, Étudiants, Retraités : 99 francs/an.

Le **passeport mensuel**, conçu pour les touristes, se rentabilisait en 3 à 4 visites pendant un mois. Faute de trouver son public, il a été abandonné en 2004.

Le prix famille : depuis le 1^{er} janvier 2005, un prix réduit est accordé à l'achat de deux passeports « adulte plus » et fait office de prix pour les familles. 202 francs/an

Le **passeport Junior** : depuis mai 2006 à l'attention des jeunes de 10 à 16 ans. 30 francs/an

Les **carnets de coupons** : les carnets de 5 coupons, correspondant chacun à une entrée, sont valables pendant un an. Ils ne sont pas nominatifs et se vendent en gros. Ils sont souvent utilisés comme cadeau d'entreprise.

Fondation Passeport musées suisses, Hornbachstrasse 50,
CH-8034 Zurich, téléphone + 41 44 389 84 56
info@passeportmusees.ch – www.passeportmusees.ch

Du côté des coulisses, les entrées Raiffeisen sont comptabilisées à part par les musées et font l'objet du remboursement de la banque qui octroie à la Fondation un pourcentage pour le travail administratif. De plus, le taux de croissance des titulaires de cartes de crédit pour le Groupe Raiffeisen est très largement supérieur à la moyenne de la branche et s'explique par cette prestation supplémentaire.

Les contrats de location REKA

Chaque année en Suisse, 40 000 contrats de location REKA pour des logements de vacances sont signés. Depuis 2000, ces contrats de location sont reconnus comme *Passeport musées suisses* pendant leur durée de validité. Ainsi, les vacanciers visitent les musées gratuitement pendant leurs vacances. La REKA paie un forfait annuel à la Fondation. L'apport est estimé à 13 000 entrées/an.

Le Swiss Travel System

Depuis 2006, les titulaires d'un « Swiss Travel Pass », l'abonnement général de transports publics sur toute la Suisse à l'attention des touristes étrangers, est reconnu comme *Passeport musées suisses* et sans augmentation de prix. La combinaison d'un libre parcours sur les transports publics et d'un libre accès aux musées est une offre tout à fait exceptionnelle et les usagers l'ont tout de suite compris. Il avait été estimé qu'un « Swiss Travel Pass » sur trois serait présenté à l'entrée d'un musée. Mais le succès de cette offre a pulvérisé tous les pronostics. En 2007, 50 000 entrées sont prévues avec le « Swiss Travel System ».

Autres cartes

D'avril 2004 à mars 2006, la carte « euro<26 », contenant des réductions et des prestations culturelles pour les jeunes de moins de 26 ans, a été reconnue comme *Passeport musées suisses*. Pour incompatibilité de sponsors bancaires, cette collaboration a été interrompue en mars 2006. 23 000 entrées ont été réalisées en 2005. Elle a été partiellement remplacée par la carte « proARTE<26 ».

Depuis novembre 2005, les arrangements de voyage RailAway à destination du Tessin sont valables comme *Passeport musées suisses* au Tessin. Cette offre concerne 15 musées en hiver et 35 en été.

Depuis 2001, Lausanne Tourisme, tout comme les offices de tourisme de Suisse centrale intègrent dans leurs forfaits culture le *Passeport musées suisses*.



Le musée international de la Croix-Rouge à Genève : les fiches des prisonniers de la guerre 1939-1945
© musée international de la Croix-Rouge

Marketing

La Fondation

La Fondation gère l'administration du *Passeport musées suisses*. Elle a installé son siège à Zurich, avec deux coordinatrices dans les autres régions linguistiques, au Tessin et en Suisse romande. Jusqu'à ce jour, la Fondation n'a aucun employé, mais mandate des professionnels, pour l'équivalent de deux postes à plein temps.

La Fondation soigne particulièrement ses contacts avec les employés des musées, spécialement ceux qui travaillent à l'accueil. En effet, ils ont dû s'habituer à des Passeports de différentes apparences, à des manières distinctes de comptabiliser les entrées et ils font régulièrement appel à la Fondation où ils sont accueillis dans leur langue maternelle. Des formations spécifiques à leur attention ont été organisées dans chaque région linguistiques. Et par leur intermédiaire, la Fondation reçoit des témoignages précieux de la situation sur le terrain.

Les publics

La question du jeune public

La Fondation accorde une attention particulière au public des enfants et des jeunes. Les enfants de moins de 16 ans, accompagnés d'un adulte titulaire du *Passeport* « adulte plus », entrent gratuitement. Or, ces entrées d'enfants ne sont pas comptabilisées et donc pas remboursées. Les musées dont le jeune public constitue une partie importante de la clientèle ont sollicité une règle spécifique qui leur a été accordée. Si les enfants représentent plus de 50 % du nombre d'entrées, ils ont droit à un remboursement séparé.

Restait la question du public 10-16 ans qui visite souvent le musée sans parents. Elle a été résolue en 2006, par la création d'un *Passeport Junior*, subventionné par l'Office fédéral de la Culture et inauguré lors de la Journée internationale des musées du 21 mai 2006, consacrée au jeune public. D'ailleurs, la campagne suisse de communication de cette journée a été assurée par la Fondation Passeport musées : 200 musées s'y sont associés, 6 000 jeunes ont participé au concours et 550 articles de presse ont été publiés. Les ventes ne sont pas à la hauteur des attentes, mais des négociations avec des partenaires sont en cours. Ces entrées, comme les entrées *Passeport musées suisses adultes*, sont remboursées à hauteur de 80 % du prix moyen d'entrée junior. La Fondation a joué un rôle actif pour la création de la carte « proARTE<26 » (www.proarte26.ch) qui a remplacé la carte « euro<26 » comme passeport musées.



Le musée international de l'Horlogerie à La Chaux-de-Fonds
© musée international de l'Horlogerie

Le public qui ne se rend jamais au musée

Le public qui ne se rend jamais au musée diminue chaque année. En 2006 en Suisse, 48 % des sondés ne vont jamais dans un musée, un non-public qui a diminué de 6 % depuis 1998 (source : étude Link). C'est pour atteindre ce non-public qu'une collaboration avec le magazine *Glückspost* a été entreprise. Des articles sur des expositions qui pourraient intéresser ce lectorat sont publiés régulièrement, accompagnés de tirages au sort de passeports musées pour les lecteurs.

Le public des musées

La Fondation mandate régulièrement l'institut de sondages Link pour mieux connaître la clientèle muséale. L'institut a réalisé des entretiens téléphoniques dans toute la Suisse, avec les mêmes questions sur la pratique culturelle (Schweizer Museumsspass, Link, 1998, 2002, 2004, 2006). De ces sondages, il ressort que 5,5 % de la population suisse visite plus de 7 musées par an. Il constitue le public cible du passeport annuel. 33 % de la population visite 1 à 3 musées par an : c'est pour ce créneau que le carnet de coupons a été créé. Depuis 1998, on constate une fidélisation du public des musées. Entre 1998 et 2006, le nombre de personnes qui visitent 7 musées et plus a augmenté de 3,6 % tandis que celui de celles qui visitent 4 à 6 musées a progressé de 4,9 %.

Les clients des partenaires

En mai 2002, la Fondation a organisé un week-end dans les musées de la région d'Yverdon pour les clients des banques Raiffeisen. Près de 2 500 visiteurs ont profité de cette journée. En octobre 2004, la Fondation a organisé une journée des musées au Tessin et 120 visiteurs y ont participé.

Les mesures

Investissements publicitaires

La Fondation publie un abondant matériel publicitaire en trois langues : liste des musées affiliés mise à jour plusieurs fois par année, et brochures, diffusées dans toute la Suisse. Dans les diverses actions réalisées avec des partenaires, elle a aussi investi plusieurs sommes à des fins publicitaires, notamment pour les actions avec les Chemins de Fer fédéraux.

Politique de prix

En 1997, le prix du *Passeport musées suisses* a été fixé selon deux critères : il devait être inférieur à la barrière psychologique de 100 francs et rentabilisé par 7 visites environ. Le 1^{er} janvier 2005, les prix des

passports ont été augmentés, en raison notamment de l'accroissement des prix moyens d'entrée des musées et du nombre de musées affiliés (de 180 à 410).

Lors d'actions ponctuelles, la Fondation accorde des réductions sur le prix de vente des passeports et carnets de coupons. Les actions sont nombreuses, en voici quelques-unes :

- pour les titulaires d'un abonnement des Chemins de Fer fédéraux dans le programme MobilBonus (6 600 commandes en 2006), d'une carte « Cumulus » du distributeur Migros ;
- pour les lecteurs de la *Sonntagszeitung* ; du cercle de l'hebdomadaire *L'Hebdo* ; des nouveaux abonnés du quotidien *24 Heures*, de la revue Suisse, *Ideales Heim*, *Swiss News*... ;
- pour les membres du Touring Club Suisse, de la Fédération des motocyclistes, de la Fédération des psychologues, du Werkbund Suisse, de l'Association des auberges de jeunesse (350 commandes en 2004)...

Commandes de carnets

Les carnets de coupons se vendent en gros. Grâce aux contacts de la Fondation, des commandes importantes ont été faites : la caisse nationale d'accidents SUVA pour ses collaborateurs, l'université de Zurich pour ses collaborateurs, l'assurance Pro Patria pour ses bénévoles...

Réseau de vente

Depuis son lancement, le *Passeport musées suisses* se vend dans les musées, qui gardent un pourcentage, et à la Fondation où les commandes arrivent par fax, par téléphone et via le site Internet (4 commandes quotidiennes en 2006). Depuis 2003, le *Passeport musées suisses* est aussi disponible dans les bureaux de poste. Proportionnellement, les canaux de vente se répartissent comme suit : 60 % des ventes par la Fondation, 20 % par les musées et 20 % par les bureaux de poste.

Le suivi de l'utilisation du Passeport

Les statistiques de remboursement aux musées révèlent que 4 à 5 musées enregistrent plus de 10 000 entrées annuelles avec le *Passeport musées suisses* : le musée Ballenberg à Brienz, la Fondation Pierre-Gianadda à Martigny et le musée des Transports à Lucerne figurent chaque année parmi les musées les plus prisés des titulaires de passeport. Il va sans dire que les entrées avec passeport représentent un faible pourcentage des entrées totales des institutions. Cependant, dans une exposition temporaire à gros



L'entrée du musée Olympique à Lausanne
© musée Olympique

budget publicitaire, elles représentent jusqu'à 10 % des entrées totales.

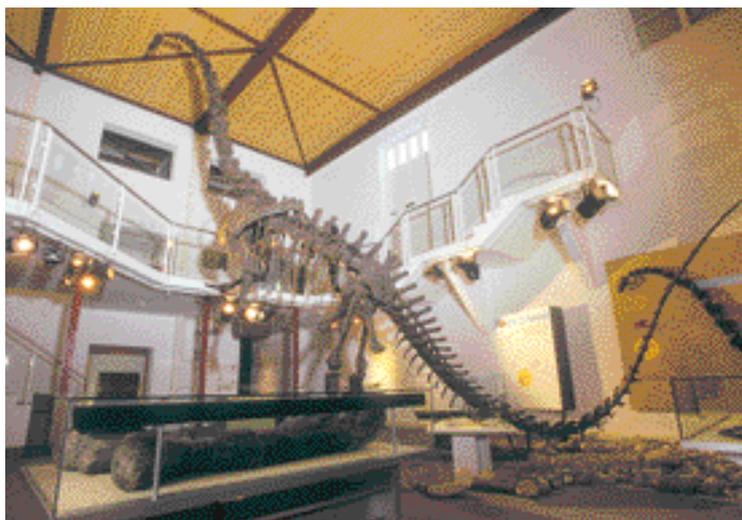
La Fondation observe les particularités de certains usagers. Par exemple, les titulaires du « Swiss Travel Pass » se rendent en masse dans les musées suisses de réputation internationale (musée olympique, Lausanne, musée international de la Croix-Rouge, Genève...) et délaissent les autres dans le même périmètre. Les titulaires d'un contrat REKA, quant à eux, visitent les musées sur le chemin des vacances et dans les environs de leur logement de vacances.

Connaître les habitudes et les besoins des titulaires d'un *Passeport musées suisses* pour mieux prévoir leurs attentes reste un objectif de la Fondation. De 2000 à 2003, elle a investi dans un projet de saisie automatique des données. Mais, au vu de la diversité des équipements en place dans les musées, il s'est avéré impossible d'imposer un système unique de saisie.

Rassembler et diffuser les informations sur l'offre muséale

L'information sur l'offre muséale suisse était dispersée et limitée à une diffusion locale.

La Fondation collecte les informations sur les expositions temporaires des musées affiliés et les publiait, de 1998 à 2003, dans un bulletin trilingue tiré à 4 000 exemplaires/an destiné aux titulaires de passeport annuel. Depuis 2003, la Fondation publie ces informations dans la base de données de Suisse Tourisme qui rassemble déjà des milliers d'événements culturels suisses. Ces données sont ainsi visibles sur les sites de Suisse Tourisme (www.myswitzerland.com) visités par 12,4 millions d'internautes en 2005 en Europe et sur le continent américain (source : Suisse Tourisme, data network management, 2006). Quant aux expositions



Le musée des Sauriens à Aathal (près de Zurich)
© musée des Sauriens

les plus importantes, elles sont sélectionnées et traduites dans les langues locales pour les sites des marchés indiens, russes et asiatiques de Suisse Tourisme. Les données du site de Suisse Tourisme sont aussi visibles sur d'autres sites externes, notamment le site de la Fondation (www.passeportmusees.ch) ou celui des Chemins de Fer fédéraux (www.cff.ch) où la visite d'expositions temporaires est suggérée aux clients qui achètent un billet de train.

La Fondation fournit aussi du contenu sur l'offre muséale suisse. Ainsi elle publie un portrait de musée par semaine en allemand sur le site www.t-online.ch ou sur les intranets des banques Raiffeisen ou Novartis, les revues *Panorama* (Raiffeisen), *Reka-Aktuell*...

Depuis 2004, la Fondation coordonne et finance les frais de la partie suisse du « Prix du Musée européen de l'année », sur mandat de l'Association suisse des musées. Elle offre 100 à 120 passeports chaque année aux artistes étrangers en résidence en Suisse.

Développements futurs

Améliorer les points faibles

Les musées non affiliés au *Passeport musées suisses* sont rares. Pourtant le Kunstmuseum de Zurich et la Fondation Beyeler de Bâle, qui reçoivent un nombreux public, n'en font pas partie. Ces institutions souhaitent imposer des conditions particulières aux titulaires de *Passeport musées suisses*, ce que la Fondation a refusé. Régulièrement, les contacts sont pris pour trouver un compromis.

En 1999, la région transfrontalière bâloise inaugurait le *Passeport musées du Haut-Rhin* qui donne actuellement accès à 170 musées du bassin du

Rhin, en Suisse, France et Allemagne. 28 000 passeports ont été vendus en 2005. La Fondation souhaite une coopération avec les organisateurs du *Passeport musées du Haut-Rhin*, mais aucune solution n'a été trouvée pour l'instant. Entre temps, les confusions induites par deux passeports génèrent des problèmes pratiques pour les visiteurs comme pour les musées.

Avec la structure de remboursement datant de 1997, le *Passeport musées suisses* a atteint un plafond. Actuellement, il ne pourrait accueillir un nouveau musée avec un nombreux public sans mettre en péril son équilibre financier. Un nouveau modèle est donc à l'étude. Une solution réside peut-être dans le remboursement différencié selon le temps de visite : en effet, les titulaires de passeport n'hésitent plus à franchir le seuil d'un musée, mais s'ils n'y trouvent pas leur compte, ils font une visite éclair. Et nous estimons que le remboursement de la visite pourrait être adapté au temps de la visite. Les discussions ne font que commencer.

Perspectives européennes

La Fondation a été sollicitée pour étendre son rayon de validité hors de Suisse. Des demandes lui sont parvenues de villes françaises. Pour l'instant, faute de ressources, le projet n'a pas été développé.

En juillet 2006, les ministres de la Culture de l'Union Européenne ont débattu sur la création d'un *Passeport musées européens*. Leurs délibérations se sont basées sur l'expérience suisse. Ce dossier est à suivre.

Conclusion

Actuellement, plus de 1,1 million de personnes sont en possession d'une carte valable comme *Passeport musées suisses*, 430 musées sont affiliés et 550 000 entrées annuelles sont enregistrées. Après de patientes négociations avec les partenaires, le *Passeport musées suisses* est autofinancé depuis l'an 2000.

Depuis sa création, le *Passeport musées suisses* a permis à de nouveaux publics de s'approprier les musées : clients bancaires, touristes ou jeune public. Il a accompagné le mouvement de fidélisation du public des musées en Suisse. Il est maintenant connu par 51 % des personnes interrogées.

Désormais, l'offre muséale suisse est réunie et diffusée dans le monde entier. Les prestataires touristiques l'incluent dans leur offre : entreprises de transports, agences immobilières, offices de tourisme ou distributeurs alimentaires. Le *Passeport musées suisses* est une histoire à succès.