

# Études

POLITIQUES CULTURELLES

n°19

NOVEMBRE 2025

ÉCONOMIE DE LA CULTURE

## Enquête 2024 dans le secteur muséal

Isabelle Paindavoine



OBSERVATOIRE DES POLITIQUES CULTURELLES




FÉDÉRATION  
WALLONIE-BRUXELLES



# Enquête 2024 dans le secteur muséal

Isabelle Paindavoine

  
Études n°19

Dépôt légal: D/2025/14.336/8 - Éditeur responsable: Jean-Gilles Lowies.  
Observatoire des politiques culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles,  
(Bâtiment E, 6<sup>e</sup> étage), 44, boulevard Léopold II, à B-1080 Bruxelles,  
Belgique.

Tél.: 00 32 2 413 22 22 - [www.opc.cfwb.be](http://www.opc.cfwb.be) - [opc@cfwb.be](mailto:opc@cfwb.be)

Relecture: Béatrice Reynaerts

Graphisme et mise en page: Kaos Films

Illustration de couverture: ID 15293526 | © Csaba Peterdi | Dreamstime.  
com - traitement infographique: Kaos Films

©: Tous droits réservés pour tous pays et par tous moyens que la technologie permet.

Cette publication ne représente pas nécessairement l'opinion de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les interprétations et les analyses qu'elle contient n'engagent que leurs auteurs.

Pour citer la publication: Paindavoine, Isabelle. *Enquête 2024 dans le secteur muséal*. Bruxelles : OPC, Études, n°19, 2025.

La version numérique peut être téléchargée au départ du site web de l'Observatoire: <https://opc.cfwb.be> - Demande de renseignements et commandes peuvent être adressées par courriel: [info@opc.cfwb.be](mailto:info@opc.cfwb.be)

## TABLE DES MATIÈRES

<b>AVANT-PROPOS</b> .....	7
<b>PARTIE 1: MÉTHODOLOGIE D'INTERVENTION</b> .....	9
1.1. Construction du questionnaire .....	9
1.2. Constitution de la base de données .....	9
1.3. Dispositif de récolte des données .....	11
<b>PARTIE 2: RÉSULTATS</b> .....	12
<b>2.1. Institutions</b> .....	12
2.1.1. Profil des répondants .....	12
2.1.2. Statut juridique .....	13
2.1.3. Catégories de musées .....	13
2.1.4. Décret .....	14
2.1.5. Agrément de dépôt de biens archéologiques .....	16
<b>2.2. Infrastructures</b> .....	17
2.2.1. Statuts d'occupation .....	17
2.2.2. État des bâtiments .....	17
2.2.3. Espaces .....	18
<b>2.3. Accessibilité</b> .....	20
2.3.1. L'accessibilité temporelle .....	21
2.3.2. Accessibilité géographique .....	23
2.3.3. Accessibilité physique .....	24
2.3.4. Accessibilité financière .....	27
<b>2.4. Public</b> .....	30
2.4.1. Le nombre de visiteurs .....	31
2.4.2. La répartition des visiteurs .....	31
2.4.3. La fréquentation des groupes scolaires .....	31
2.4.4. Évolution de la fréquentation selon le type et l'origine des visiteurs .....	32
2.4.5. Catégories de public à toucher davantage .....	35
2.4.6. Enquêtes auprès du public .....	36
<b>2.5. Politique tarifaire</b> .....	36
<b>2.6. Collections</b> .....	38
2.6.1. Nombre et propriété des pièces de collections .....	38
2.6.2. Prêt de pièces de collection .....	39



2.6.3. Inventaire .....	40
2.6.4. Numérisation des collections .....	41
<b>2.7. Programmation .....</b>	<b>41</b>
2.7.1. Expositions .....	41
2.7.2. Médiation des publics .....	43
2.7.3. Médiation à l'égard des groupes scolaires .....	45
<b>2.8. Recherche .....</b>	<b>48</b>
<b>2.9. Outils et supports de communication .....</b>	<b>48</b>
2.9.1. Site internet et réseaux sociaux .....	48
2.9.2. Autres supports de communication .....	50
<b>2.10. Partenariats-réseaux-collaborations .....</b>	<b>50</b>
<b>2.11. Liens culture-tourisme .....</b>	<b>52</b>
<b>2.12. Développement durable .....</b>	<b>55</b>
<b>2.13. Gestion du personnel .....</b>	<b>58</b>
2.13.1. Évolution et types d'emploi .....	58
2.13.2. Profil du personnel selon les fonctions occupées .....	59
2.13.3. Recrutement du personnel .....	60
2.13.4. Mutualisation des ressources humaines .....	61
<b>2.14. Finances .....</b>	<b>62</b>
2.14.1. Comptabilité des opérateurs .....	62
2.14.2. Subsidés .....	63
2.14.3. Compte de résultats .....	64
2.14.4. Financement alternatif .....	65
<b>PARTIE 3: CONCLUSION .....</b>	<b>66</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>69</b>

En 2004, l'Observatoire des politiques culturelles (OPC) élabore un premier portrait socioéconomique du secteur muséal<sup>1</sup>. À l'époque, c'est le Décret du 17 juillet 2002 relatif à la reconnaissance et au subventionnement des musées et autres institutions muséales qui régleme le secteur.

Disposant alors de peu d'informations sur celui-ci, l'étude permet, au travers de diverses thématiques (activités, infrastructures, personnel, profil des visiteurs, collections...), de mettre en exergue la diversité du monde muséal francophone.

C'est donc après l'étude de l'OPC qu'est adopté, le 22 décembre 2006, l'arrêté d'exécution de ce décret. En mai 2012, le décret est modifié, introduisant la gratuité pour tous les visiteurs le premier dimanche du mois, tandis que l'arrêté est modifié par l'arrêté du 7 juin 2012 qui étend notamment la durée de la reconnaissance de 3 à 4 ans.

Depuis 2019, un nouveau décret régit le secteur muséal. Il se caractérise notamment par un allongement de la durée de reconnaissance (5 ans), et l'introduction de deux nouveaux dispositifs de subventionnement, l'un à destination d'opérateurs d'appui et le second à destination de pôles muséaux.

Le secteur muséal doit continuellement s'adapter et innover pour répondre aux défis liés à la professionnalisation, à l'accessibilité, à la promotion, à la numérisation et à son impact socioéconomique.

Pour appréhender ses évolutions et ses nouvelles orientations, l'OPC décide, une première fois en 2014, de renouveler une enquête auprès des musées situés en Fédération Wallonie-Bruxelles (FW-B), qu'ils soient reconnus ou non par la FW-B<sup>2</sup>.

L'OPC souhaitant mettre en œuvre au sein de ce secteur une démarche pérenne, via une enquête décennale, il met en place un groupe de travail<sup>3</sup> dès septembre 2024 afin de renouveler cette enquête.

Cette publication présente les résultats de cette nouvelle enquête qui s'articule autour de 12 thématiques :

- L'institution ;
- Les infrastructures ;
- L'accessibilité ;

<sup>1</sup> Ce premier portrait a été réalisé par l'Observatoire en 2004 et confié par marché public à la société COMASE Management Consulting (Isabelle Paindavoine et Pierre Francaux) ; il est disponible à l'adresse suivante : [https://opc.cfwb.be/fileadmin/sites/opc/uploads/documents/Publications\\_OPC/Publications\\_antérieures\\_2012/Musee\\_rapport.pdf](https://opc.cfwb.be/fileadmin/sites/opc/uploads/documents/Publications_OPC/Publications_antérieures_2012/Musee_rapport.pdf) (consulté le 21 mai 2025).

<sup>2</sup> Véronique Cosse, Françoise Gohy et Isabelle Paindavoine, *Approches quantitative et qualitative du secteur muséal en Fédération Wallonie-Bruxelles* (Bruxelles, Observatoire des politiques culturelles, 2015), Études n°6.

<sup>3</sup> Nous profitons de l'occasion pour remercier chaleureusement les membres de ce groupe de travail, qui ont par la suite tous intégrés le comité d'accompagnement, et dont la motivation et l'implication sont restées intactes tout au long du déroulement de la recherche. Il se compose de représentants de l'Administration générale de la Culture (AGC), de Brussels Museums, de Musées et Société en Wallonie (MSW), du Conseil International des Musées (ICOM), du Commissariat général au Tourisme (CGT), de Visit Brussels et d'un expert universitaire.

- Les publics;
- La politique tarifaire;
- Les collections;
- La programmation;
- Les outils et support de communication;
- Les liens Culture-Tourisme;
- Le développement durable;
- La gestion du personnel;
- Les finances.

### 1.1. CONSTRUCTION DU QUESTIONNAIRE

Dans la perspective de permettre une comparaison des résultats de cette nouvelle enquête (nommée « enquête 2024 ») avec ceux des enquêtes précédentes (nommées respectivement « enquête 2004 » et « enquête 2014 »), certaines questions ont été reprises intégralement. De nouvelles thématiques ont par ailleurs été abordées, par exemple le développement durable, tandis que d'autres ont été approfondies. C'est le cas notamment de l'accessibilité qui constitue un objectif majeur et constamment renouvelé au cœur des politiques culturelles.

Lancée fin de l'année 2024, l'année de référence de l'enquête est 2024, excepté pour certaines thématiques qui requièrent des données quantitatives couvrant une année complète (par exemple, la fréquentation). Elles portent alors sur l'année 2023.

Nous avons également demandé les données de 2019 et 2023 pour la thématique relative au personnel afin de pouvoir tenir compte de l'impact éventuel de la crise sanitaire.

### 1.2. CONSTITUTION DE LA BASE DE DONNÉES

La présente enquête s'adresse à l'ensemble des musées situés en FW-B, qu'ils soient ou non subventionnés par la FW-B (les musées fédéraux ont été écartés du champ d'observation).

S'il existe une liste exhaustive des opérateurs subventionnés, disponible au sein de la Direction du Patrimoine culturel, il n'en est pas de même pour les musées non subventionnés. Aussi, afin de tendre vers un recensement de ces derniers, le groupe de travail a décidé que le périmètre de l'enquête serait constitué au départ des membres des institutions suivantes : Conseil International des Musées (ICOM) Belgique Wallonie-Bruxelles, Musées et Société en Wallonie (MSW), Brussels Museums. Les musées figurant dans la liste du Commissariat général au Tourisme (CGT) ont également été ajoutés, à savoir les musées repris comme « Attraction touristique » (cf. 365.be), appellation protégée, décernée par le CGT sous la forme de soleils (classement de 1 à 5 soleils).

Pour les autres institutions citées, chacune a établi des critères pour devenir membre. Ainsi, pour devenir membre de l'ICOM en tant qu'organisation (il est par ailleurs possible de devenir membre à titre individuel), il faut être une institution à but non lucratif et être reconnue comme un musée, à savoir :

- Les « musées » ;
- Les monuments et sites naturels, archéologiques et ethnographiques et les monuments et sites historiques ayant un caractère de musée eu égard à leurs activités d'acquisition, de conservation et de collection de témoins matériels et immatériels des peuples et de leur environnement ;
- Les institutions qui conservent des collections et exposent, à des fins d'éducation, des spécimens vivants de végétaux et d'animaux, tels que les jardins botaniques et zoologiques, les aquariums et les vivariums ;

- Les centres scientifiques et les planétariums ;
- Les galeries d'art à but non lucratif qui ne font pas commerce d'œuvres d'art ainsi que les instituts de conservation et galeries d'exposition dépendantes des bibliothèques et des centres d'archives ;
- Les réserves naturelles ;
- Les organisations nationales, régionales ou locales de musées ainsi que les administrations publiques de tutelle (ministères, départements ou organismes) des musées ;
- Les institutions ou organisations à but non lucratif qui mènent des activités de recherche en matière de conservation, d'éducation, de formation, de documentation ainsi que d'autres activités liées aux musées et à la muséologie ;
- Les centres culturels et autres institutions ayant pour mission d'aider à la préservation, à la pérennité et à la gestion des ressources du patrimoine matériel et immatériel, y compris le patrimoine vivant et les activités créatives numériques.

Pour devenir membre effectif de Brussels Museums (il est par ailleurs possible d'être membre partenaire), il faut disposer d'une personnalité juridique et répondre obligatoirement aux critères suivants :

- Avoir un caractère permanent ;
- Poursuivre un but non lucratif et ne pas exercer, directement ou indirectement, des activités génératrices de profit, sauf pour servir les buts non lucratifs prévus dans les statuts ;
- Exercer une fonction muséale, formant une partie importante ou la partie la plus importante de son fonctionnement (entre autres : organisation d'expositions, activités pour le public, publications...);
- Être ouvert au public, éventuellement uniquement sur rendez-vous ;
- Être situé dans la Région bruxelloise ou situé dans une commune en dehors de la Région bruxelloise mais restant accessible et desservi par les transports en commun de la STIB ;
- Répondre à un maximum des critères suivants : disposer de collections permanentes, en assurer la conservation, les exposer au public, mener une activité scientifique et éducative.

Enfin, pour ce qui concerne MSW, peuvent devenir membres effectifs (il est par ailleurs possible d'être membre adhérent), les institutions sans but lucratif actives dans le secteur muséal et qui sont établies en Région wallonne, pour autant qu'elles soient admises en cette qualité par l'Assemblée générale statuant à la majorité absolue.

Une seconde décision, importante sur le plan méthodologique, était le souhait de s'adresser, autant que faire se peut, aux opérateurs culturels et non à leur regroupement éventuel. En effet, l'évolution du secteur muséal est notamment marquée par la constitution d'entités communes à partir desquelles se construit la communication des entités qui la composent. C'est ainsi qu'on trouve dorénavant dans le paysage muséal des appellations comme le Pôle muséal de Mons, le Pôle muséal et culturel de l'Université de Liège, les musées de l'ULB, les musées de la Ville de Bruxelles.

Sur base des listes fournies par les membres du groupe de travail, l'OPC a procédé à un travail de nettoyage (notamment pour éliminer les opérateurs culturels qui apparaissaient dans plusieurs listes) et a finalement abouti à un périmètre comprenant 327 cibles.

### 1.3. **DISPOSITIF DE RÉCOLTE DES DONNÉES**

Optant pour une enquête en ligne, le questionnaire a fait l'objet d'un pré-test auprès de 4 musées afin de s'assurer de la bonne compréhension des questions.

Avant l'envoi du questionnaire via *LimeSurvey*, un mail d'information a été envoyé à l'ensemble du périmètre afin d'expliquer, d'une part, les raisons du renouvellement de l'enquête 2014 et, d'autre part, les modalités pratiques du déroulement de la nouvelle enquête.

Envoyée le 9 décembre 2024, elle s'est clôturée le 19 janvier 2025 après 3 rappels. Au total, 117 musées sont allés au bout du questionnaire, soit un taux de réponse de 36%. L'ensemble de ces répondants ont déclaré disposer de collections qui sont exposées dans une salle d'exposition permanente et/ou une ou plusieurs salles d'expositions temporaires.

Ce taux de réponse, supérieur à celui de l'enquête précédente (29%), démontre un intérêt grandissant des musées pour cette recherche<sup>4</sup>. Les contacts téléphoniques et par e-mail avec les musées durant cette enquête vont également dans ce sens.

---

<sup>4</sup> L'OPC profite de cette publication pour remercier les musées du temps qu'ils ont consacré à l'enquête.

## PARTIE 2 : **RÉSULTATS**

Les résultats chiffrés sont présentés ci-dessous ainsi que des croisements de données<sup>5</sup>, assortis d'un commentaire descriptif des tendances observées. Le cas échéant, des comparaisons sont réalisées avec les résultats obtenus dans les enquêtes précédentes.

### 2.1. **INSTITUTIONS**

#### 2.1.1. **Profil des répondants**

**Tableau 1. Répartition géographique<sup>6</sup>**

	Répartition des musées du périmètre		Répartition des répondants	
	Nb.	%	Nb.	%
Brabant wallon	17	5%	3	3%
Région bruxelloise	101	31%	35	30%
Hainaut	75	23%	36	31%
Liège	62	19%	22	19%
Luxembourg	33	10%	9	8%
Namur	39	12%	12	10%
Total	327	100%	117	100%

À l'exception du Hainaut où la part des répondants est surreprésentée, la répartition des répondants correspond à celle du périmètre de départ, ce qui garantit la diversité géographique des musées ayant participé à l'enquête.

Étant donné que nous disposions, pour chacun des 327 musées du périmètre, du nom de la ou des institutions (MSW, ICOM, Brussels Museums, CGT) auprès desquelles ils sont membres, nous avons pu, sur base des répondants, calculer un taux de participation par institution. Ainsi, répondent à notre enquête :

- 55% des membres d'ICOM ;
- 46% des membres de MSW ;
- 37% des membres du CGT ;
- 34% des membres de Brussels Museums.

<sup>5</sup> Ceux-ci ne sont présentés que lorsque les tests statistiques étaient significatifs. Des tests du K<sub>hi</sub><sup>2</sup> (d'indépendance) sont réalisés afin d'analyser les relations (ou le manque de relations) entre des variables nominales/qualitatives (au seuil de 0,005). Ce test permet de déceler une relation entre deux variables nominales, avec un degré de certitude plus ou moins grand, mais il ne permet pas de mesurer l'intensité de cette relation.

<sup>6</sup> Taux de réponse: 100%.

## 2.1.2. Statut juridique

**Tableau 2. Statut(s) juridique(s) <sup>7</sup>**

	Répondants	Périmètre
ASBL	45%	59%
Musée communal (Régie communale autonome, intercommunale...)	31%	19%
ASBL émanant de pouvoirs publics	17%	9%
Musée privé	5%	5%
Musée provincial	2%	2%
Musée rattaché à une fabrique d'église	1%	0%
Fondation	0%	5%
Association de fait	0%	0%

Bien que la possibilité d'opter pour plusieurs statuts juridiques ait été offerte aux musées, la quasi-totalité des répondants déclarent être constitués sous un seul statut; celui de l'ASBL est le plus cité (62% des musées). Parmi les 71 musées qui optent pour ce statut, 19 déclarent qu'il s'agit d'une ASBL émanant de pouvoirs publics<sup>8</sup>, alors que pour les autres, ce sont uniquement des membres privés qui en assurent le fonctionnement.

Dans les enquêtes précédentes, c'est également le statut d'ASBL qui prédomine (75% dans l'enquête 2014; 66% dans l'enquête 2004).

Sachant que le poids des ASBL (en ce compris les ASBL émanant de pouvoirs publics) dans le périmètre de départ est également élevé (68 % au sein des 327 musées), nous pouvons écarter l'hypothèse de sur-représentativité de ce statut parmi les répondants et conclure qu'il s'agit bien du statut le plus fréquemment choisi par les musées au moment de leur constitution.

Nous relevons également dans la présente enquête une plus importante mobilisation des musées communaux: 31% déclarent avoir ce statut alors qu'ils étaient 10% dans l'enquête 2014 et 22% dans l'enquête 2004.

## 2.1.3. Catégories de musées

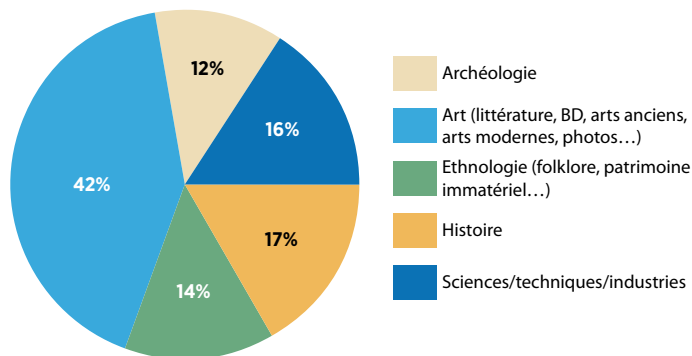
Conscients de la difficulté que peut représenter une question d'identification/appartenance à un seul domaine culturel, pas seulement d'ailleurs pour les musées mais bien souvent pour la plupart des opérateurs culturels, nous avons néanmoins posé les deux questions suivantes aux musées « À quelle catégorie PRINCIPALE votre musée appartient-il? », « À quelle catégorie SECONDAIRE votre musée appartient-il? ».

Ces deux questions étaient à choix unique (plusieurs modalités de réponse mais une seule réponse à choisir); les musées étaient libres de ne pas compléter de catégorie secondaire et ainsi de n'être identifiés qu'à une seule catégorie de musées.

<sup>7</sup> Taux de réponse: 98%. S'agissant d'une question à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%. Notons que dans le périmètre, sur les 327 musées ne figure qu'un seul musée rattaché à une fabrique d'église. C'est ce musée que l'on retrouve parmi les répondants.

<sup>8</sup> Sont ici visées les ASBL para-communales et para-provinciales.

**Figure 1. Catégories principales<sup>9</sup>**



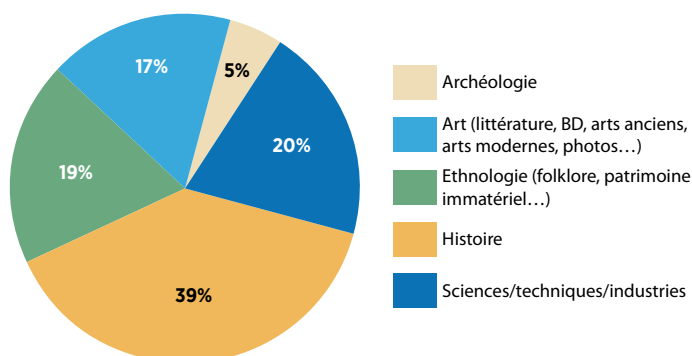
Parmi les répondants, une large part s'identifie comme musées d'art (littérature, BD, arts anciens, arts modernes, photos...). Viennent ensuite les musées d'histoire.

Ce résultat est identique à ce qu'on observait dans l'enquête 2014, avec cependant un écart moins important à l'époque entre ces deux catégories: 27% s'étaient identifiés en tant que musées d'art et 24% en tant que musées d'histoire.

La catégorie principale a été croisée avec d'autres questions afin de tester l'existence de liens entre les résultats observés. Il s'avère que cette donnée n'est que trop peu souvent une variable de croisement significative, c'est-à-dire permettant d'expliquer d'autres résultats observés tout au long de l'enquête.

64 des 117 répondants font le choix d'ajouter une catégorie secondaire à leur catégorie principale. La tendance était plus marquée dans l'enquête précédente où 85% des musées avaient opté pour une catégorie principale et une catégorie secondaire.

**Figure 2. Catégories secondaires<sup>10</sup>**



Relevons que l'histoire est le choix prédominant des musées; ce résultat était également celui des musées dans l'enquête de 2014.

#### 2.1.4. Décret

Les musées situés en FW-B peuvent bénéficier, de la part de la FW-B, de reconnaissances et de subventions. Au 1er janvier 2025, 81<sup>11</sup> musées étaient soutenus par la FW-B.

<sup>9</sup> Taux de réponse: 98%.

<sup>10</sup> Taux de réponse: 55%.

<sup>11</sup> La Direction du Patrimoine culturel considère, dans l'attribution de ses reconnaissances, les musées de la Ville de Bruxelles comme une seule entité, il en est de même pour le Pôle muséal de Mons.

Les dispositions qui réglementent ce soutien figurent dans le Décret du 25 avril 2019 relatif au secteur muséal en Communauté française et dans son arrêté d'application du 19 juin 2019.

Ce décret fait l'objet d'une évaluation quinquennale (article 20) ; la première, réalisée en 2025, a été coordonnée par l'OPC<sup>12</sup>.

68% des musées subventionnés par la FW-B participent à notre enquête.

La mobilisation des musées subventionnés est en hausse par rapport à celle de l'enquête 2014 où 58% des musées subventionnés par la FW-B avaient participé à l'enquête.

Au sein de l'ensemble des répondants à notre enquête (117 musées), les musées subventionnés représentent 58%<sup>13</sup>. Ce poids est également plus élevé que dans l'enquête 2014 (47%).

Notons que dans l'enquête 2004, le taux de participation des musées subventionnés était plus important (74 %) mais ils représentaient un poids plus faible (36 %) parmi les musées répondants.

Les articles 3 à 6 de l'arrêté d'application définissent les critères de reconnaissance pour chacune des 4 catégories prévues, de A à D.

Si les exigences augmentent avec la catégorie de reconnaissance (A étant celle qui requiert le plus de critères), il en est de même pour la subvention : de 10 000 à 44 999 euros en catégorie D, de 45 000 à 84 999 euros en catégorie C, de 85 000 à 349 999 euros en catégorie B, à partir de 350 000 euros en catégorie A.

Le tableau ci-dessous indique que toutes les catégories de musées sont représentées parmi les répondants qui sont subventionnés.

L'absence de pôle muséal reconnu au sein des répondants subventionnés s'explique par le fait qu'en dépit d'une disposition prévue dans le décret (Chapitre IV) pour constituer des pôles dans le secteur muséal, aucun dossier n'a été introduit au moment de l'enquête.

**Tableau 3. Cadre de reconnaissance**

Musée de catégorie A	35%
Musée de catégorie B	24%
Musée de catégorie C	20%
Musée de catégorie D	3%
Pôle muséal	0%
Soutien à la création d'une institution	2%
Mise en conformité vers la catégorie A	5%
Mise en conformité vers la catégorie B	6%
Mise en conformité vers la catégorie C	5%
Mise en conformité vers la catégorie D	0%
Opérateur d'appui	2%

<sup>12</sup> Fanny Sbaraglia et Isabelle Paindavoine (coord.), *Évaluation du Décret du 25 avril 2019 relatif au secteur muséal en Communauté française* (Bruxelles, Observatoire des politiques culturelles, 2025), Études n°17.

<sup>13</sup> Taux de réponse : 97%.

Parmi les musées subventionnés ayant répondu à l'enquête, 79% déclarent ne pas connaître le dispositif de priorisation prévu en l'absence de crédit budgétaire suffisant<sup>14</sup>.

Parmi les 14 répondants qui déclarent le connaître, la moitié estime qu'il est plutôt bien conçu, 2 qu'il est plutôt mal conçu et 5 sont sans avis<sup>15</sup>.

Les musées non subventionnés représentent 42% des répondants. Un quart d'entre eux (12 répondants) ont déjà introduit une demande de reconnaissance par le passé<sup>16</sup>: 3 en Musée de catégorie C, 3 en Musée de catégorie D, 2 en Opérateur d'appui, 2 en Soutien à la création d'une institution, 1 en Musée de catégorie A et 1 en Mise en conformité vers la catégorie B<sup>17</sup>.

Pour les autres (35 répondants), l'intérêt<sup>18</sup> porté aux dispositions prévues par le Décret les divise. Il est élevé, voire très élevé, pour respectivement 10 et 4 répondants. Peu élevé, voire nul, pour respectivement 6 et 2 répondants. Enfin, il est impossible à déterminer pour 13 répondants qui déclarent ne pas connaître les dispositions prévues par ce décret.

### 2.1.5. Agrément de dépôt de biens archéologiques

Le Code wallon du Patrimoine, connu sous le nom de CoPat, est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 2019.

Suite à une évaluation, il a subi une profonde réforme et c'est désormais, depuis le 1<sup>er</sup> juin 2024, un nouveau Code wallon du Patrimoine qui est en vigueur.

L'article 77 prévoit que *Les biens archéologiques découverts à l'occasion de sondages ou de fouilles archéologiques, de découvertes fortuites ou d'une activité de détectorisme sont déposés dans un dépôt agréé par le service désigné par le Gouvernement (...). Par dérogation à l'alinéa 1<sup>er</sup>, moyennant une autorisation écrite du service désigné par le Gouvernement, les biens archéologiques découverts à l'occasion de sondages archéologiques, de fouilles archéologiques, de découvertes fortuites ou d'une activité de détectorisme peuvent être déposés dans un musée reconnu par la Communauté française de Belgique.*

Parmi les répondants à notre enquête, un petit nombre (16 musées)<sup>19</sup> étaient en possession, en 2023, de l'agrément de dépôt de biens archéologiques auprès de l'Agence wallonne du Patrimoine (AWAP).

Il existe un lien entre le fait de disposer de cet agrément et le fait d'être soutenu par la FW-B: 14 de ces 16 musées sont des musées subventionnés.

14 Taux de réponse: 100%.

15 Taux de réponse: 100%.

16 Taux de réponse: 100%.

17 Taux de réponse: 100%.

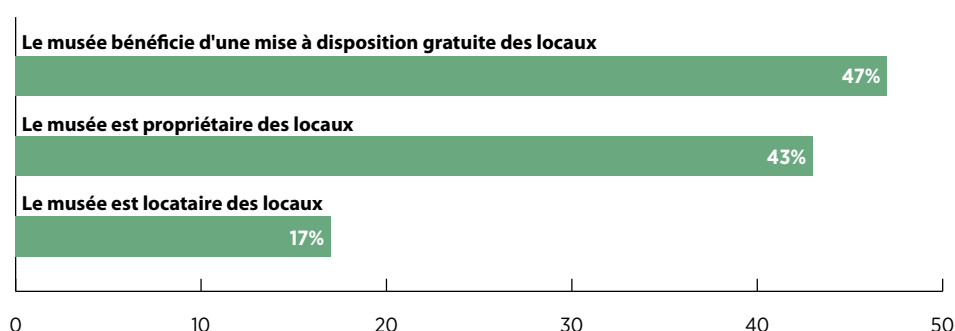
18 Taux de réponse: 100%.

19 Taux de réponse: 98%.

## 2.2. INFRASTRUCTURES

### 2.2.1. Statuts d'occupation

**Figure 3. Statuts d'occupation des infrastructures<sup>20</sup>**



La mise à disposition gratuite de locaux reste une pratique courante dans le secteur muséal.

Notons qu'un nombre élevé de musées sont également propriétaires de leurs locaux.

Il n'y a aucun lien statistique entre ces résultats et le fait d'être ou non soutenu par la FW-B.

Lorsque les infrastructures sont louées ou mise à disposition des musées, dans une très grande majorité des cas (86%)<sup>21</sup>, le propriétaire appartient au secteur public.

Parmi les 20 répondants qui déclarent être locataires d'une ou plusieurs de leurs infrastructures, 13 paient un loyer<sup>22</sup>. Dans 10 cas sur 13, le propriétaire du bâtiment est un pouvoir public.

### 2.2.2. État des bâtiments

Près de la moitié des musées (49%)<sup>23</sup> occupent des bâtiments classés. Les croisements indiquent qu'il n'y a aucun lien avec la catégorie principale de musée, le statut juridique, le statut d'occupation des infrastructures ou encore le fait d'être ou non soutenu par la FW-B.

Comme le montre le graphique ci-dessous, l'avis des musées est partagé quand il s'agit de fournir un degré d'appréciation de l'état de leurs bâtiments; la moitié déclarent que leurs bâtiments sont en bon état, voire en très bon état, l'autre moitié qu'ils sont dans un état moyen, voire mauvais à très mauvais.

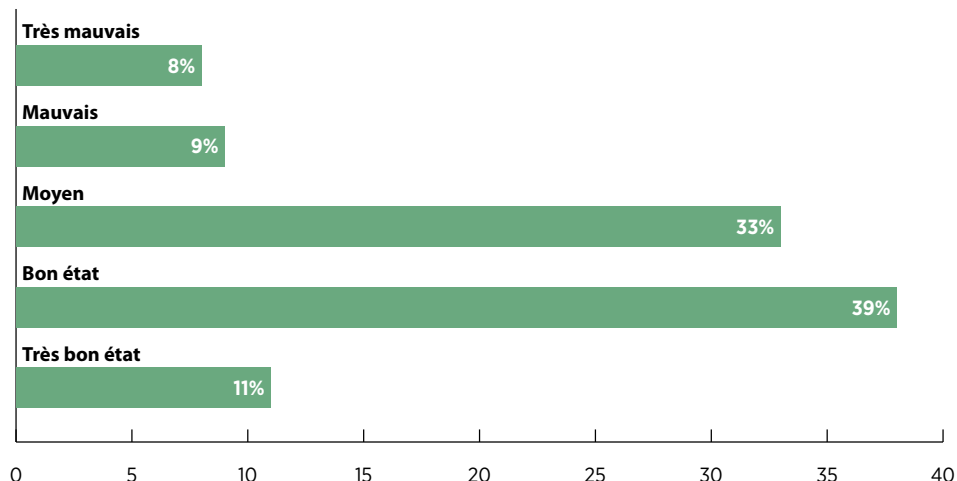
<sup>20</sup> Taux de réponse: 99%. S'agissant d'une question à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%.

<sup>21</sup> Taux de réponse: 96%.

<sup>22</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>23</sup> Taux de réponse: 100%.

**Figure 4. État des bâtiments<sup>24</sup>**



Notons qu’il n’y a pas de lien entre le degré d’appréciation de l’état des bâtiments et le fait d’occuper ou non un bâtiment classé.

**2.2.3. Espaces**

**Tableau 4. Espaces disponibles<sup>25</sup>**

Salle expo permanente	90%
Accueil	87%
Espace bureau	82%
Réserves	74%
Local technique	68%
Boutique	60%
Salle expo temporaire (si distincte de la permanente)	58%
Salle réunion	56%
Local pédagogique	55%
Bibliothèque/centre doc/centre archives	54%
Parking vélo	47%
Parking voiture	38%
Espace verdure/plaine de jeux	32%
Espace étude pour collections	26%
Parking autocar	25%
Auditorium/salle projection	21%
Espace restauration des collections	21%
Horeca	19%
Parking voiture avec borne de recharge	8%

Alors que la plupart des musées disposent d’une salle d’exposition permanente, la présence d’une salle d’exposition temporaire distincte est moins systématique; comme le montre le tableau ci-dessus, la part des musées qui en disposent se réduit à 58 % contre 90 % pour la salle d’exposition permanente.

<sup>24</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>25</sup> Taux de réponse: 100%.

Cette situation est conforme à ce qui était déjà observé dans l'enquête 2014, où les résultats étaient respectivement de 57% et 95%.

Comparé à l'enquête précédente, les musées semblent davantage concernés par la mobilité douce: 47% disposent d'un parking vélo, par rapport à 40% dans l'enquête 2014.

Il est également intéressant de mentionner que près d'1 musée sur 10 déclare disposer d'une ou plusieurs bornes de recharge dans leur parking voiture. S'agissant d'une nouvelle question, il faudra attendre la prochaine enquête pour voir si ce résultat se transforme en tendance marquée au sein du secteur muséal.

Relevons encore que 3 musées sur 4 ne disposent pas d'un parking autocar, ce qui, en termes d'accessibilité pour les groupes scolaires dans le cadre, notamment, du déploiement du Parcours d'Éducation culturelle et artistique (PECA), pourrait constituer un frein pour ceux qui n'ont pas d'autres facilités de parking à proximité de leur institution et/ou ne sont pas facilement accessibles par d'autres moyens de transport.

S'agissant des 86 répondants qui disposent d'une réserve, nous les avons interrogés sur la capacité de rangement encore disponible<sup>26</sup>.

Les réponses interpellent puisque 31% d'entre eux signalent ne plus avoir d'espace disponible, tandis que 36% déclarent qu'il leur reste moins de 15% d'espace disponible. Cumulés, ces résultats indiquent que deux-tiers des musées doivent ou devront à court terme trouver des solutions pour le stockage de leurs futures acquisitions de pièces de collection.

Dans la présente enquête nous avons également introduit une nouvelle question relative à la location privative des espaces muséaux.

42% des musées déclarent faire de la location privative de leurs espaces<sup>27</sup>: en 2023, cela représente, selon les musées, entre 1 et 50 locations, pour un total de 448 locations. Une analyse plus détaillée nous révèle que 5 des 49 musées concernés totalisent à eux seuls 229 locations soit près de la moitié du total déclaré par l'ensemble des 49 musées. Ce constat influence la moyenne qui se situe à 10 locations alors que la médiane<sup>28</sup> se situe à 3 locations.

Cette pratique concerne l'ensemble des catégories de musées, et n'est pas liée à la localisation géographique du musée, au nombre de travailleurs (en ETP), au statut juridique, au statut d'occupation des infrastructures ou encore au fait d'occuper un bâtiment classé ou non.

Nous avons également demandé à l'ensemble des répondants d'évaluer l'adéquation des locaux utilisés au regard de leurs activités.

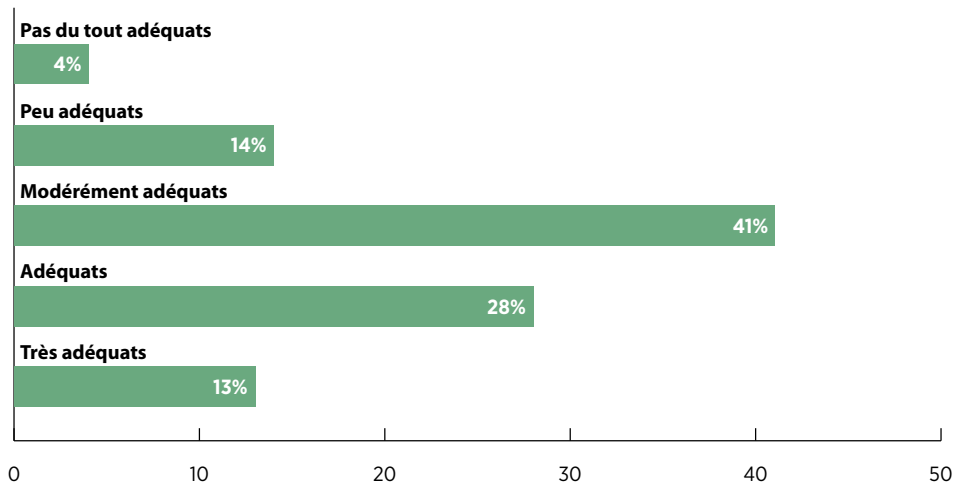
Les résultats sont partagés mais ne semblent pas poser de problèmes majeurs, sauf pour 18% des répondants qui estiment que leurs locaux sont peu, voire pas du tout adéquats eu égard à leurs activités.

26 Taux de réponse: 99%.

27 Taux de réponse: 100%.

28 La médiane est, dans une série statistique classée par ordre croissant, la valeur qui divise la population en deux sous-ensembles de même effectif.

**Figure 5. Adéquation des locaux<sup>29</sup>**



Ces résultats ne sont pas liés au type d'occupation des infrastructures (propriétaire/locataire/mise à disposition), au fait que le bâtiment soit ou non classé, ou encore à la catégorie de musées.

L'enquête révèle par ailleurs que 63% des musées<sup>30</sup> ont mis en place un système de mesure de la température et de l'humidité (hygrométrie), et ce, dans les espaces suivants<sup>31</sup>:

- Salles d'expositions permanentes (68%);
- Réserves (65%);
- Salles d'expositions temporaires (45%);
- Centres d'archives (26%).

Alors que 20% l'ont fait uniquement pour certains objets de leur collection.

Enfin, notons que parmi ces 74 musées qui ont mis en place un système de mesure, 53 soit 72%, ont mis en place un système de régulation de la température et de l'humidité (hygrométrie), et ce, dans les espaces suivants<sup>32</sup>:

- Réserves (70%);
- Salles d'expositions permanentes (58%);
- Salles d'expositions temporaires (43%);
- Centres d'archives (23%).

Alors que 17% l'ont fait uniquement pour certains objets de leur collection.

S'agissant d'une nouvelle question, il faut attendre la prochaine enquête pour voir si cette tendance se confirme.

### **2.3. ACCESSIBILITÉ**

L'accès à la culture reste, en FW-B, une des priorités du Gouvernement, pour preuve son inscription dans les Déclarations de politique communautaire (DPC) qui se sont succédées.

<sup>29</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>30</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>31</sup> La question étant à choix multiples le total des pourcentages est supérieur à 100%.

<sup>32</sup> La question étant à choix multiples le total des pourcentages est supérieur à 100%.

Ainsi, dans la dernière DPC couvrant la période 2024-2029, la promotion de l'accès à la culture est un des 5 axes du chapitre consacré aux arts et à la culture.

Le concept de l'accessibilité ne se limite pas à l'accessibilité financière mais recouvre plusieurs autres dimensions : accessibilité physique, temporelle, géographique.

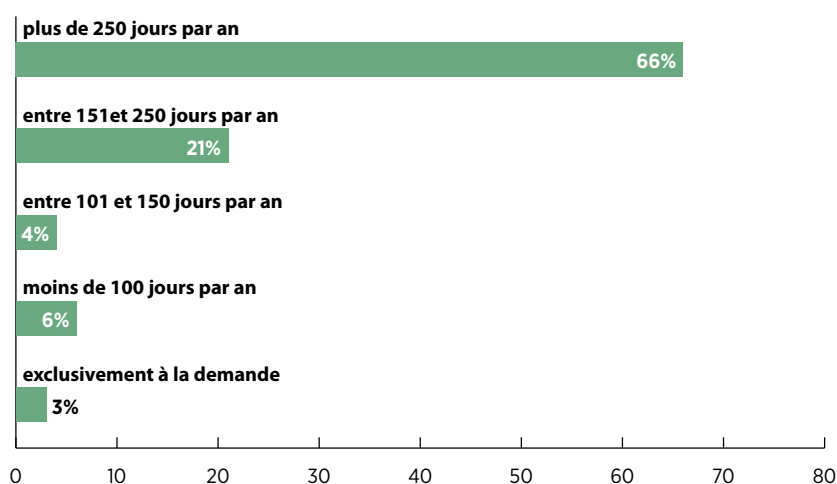
### 2.3.1. L'accessibilité temporelle

Plusieurs questions de l'enquête investiguent la période d'ouverture tout public des musées.

Deux tiers des musées sont ouverts plus de 250 jours par an, ce qui est en légère diminution au regard de l'enquête 2014 où la part était de 69%.

Pour les musées subventionnés, le nombre de jours d'ouverture fait partie intégrante des critères pour déterminer la catégorie (pour rappel de D à A) dans laquelle un musée peut prétendre à une reconnaissance.

**Figure 6. Nombre de jours d'ouverture**<sup>33</sup>



Relevons qu'une très large majorité des musées (87%)<sup>34</sup> déclarent ne pas avoir modifié leur période d'ouverture au public suite à l'arrivée, en septembre 2022, des nouveaux rythmes scolaires pour les établissements scolaires situés en FW-B. Ce constat n'est pas étonnant puisque 2/3 des musées sont déjà ouverts toute l'année (cf. Figure 7).

La présente enquête confirme, par ailleurs, la tendance observée dans les enquêtes 2004 et 2014, à savoir que le lundi semble être privilégié pour la journée de fermeture hebdomadaire, que ce soit pendant la saison touristique, ici définie d'avril à novembre, ou hors saison touristique, ici définie de décembre à mars.

<sup>33</sup> Taux de réponse : 100%.

<sup>34</sup> Taux de réponse : 100%.

**Tableau 5. Répartition des jours d'ouverture<sup>35</sup>**

	En saison touristique (avril-novembre)	Hors saison touristique (décembre-mars)
Lundi	31%	31%
Mardi	79%	80%
Mercredi	91%	91%
Jeudi	94%	94%
Vendredi	91%	93%
Samedi	84%	81%
Dimanche	82%	75%

Deux nouvelles questions ont été introduites dans l'enquête 2024 pour aller encore un peu plus loin dans la notion d'accessibilité temporelle.

La première consiste à savoir si certains musées sont ouverts au-delà de 18h un ou plusieurs jours de la semaine; et la seconde, à voir si la mesure est appliquée pendant toute la période d'ouverture des musées.

Parmi les répondants<sup>36</sup>, 14 musées (soit 12%) déclarent ouvrir au-delà de 18h un ou plusieurs jours de la semaine: en moyenne c'est 2 jours par semaine<sup>37</sup> (la médiane est également à 2 jours).

Cette mesure n'est pas liée à la localisation géographique des musées ou encore à la catégorie de musées.

Les avis sont partagés sur la fréquence de cette mesure<sup>38</sup>: elle est structurelle pour 8 musées, c'est-à-dire qu'elle est valable durant toute la période d'ouverture du musée, tandis qu'elle est occasionnelle pour les 6 autres, à savoir qu'elle ne s'applique qu'à certains moments de l'année ou pour certains événements.

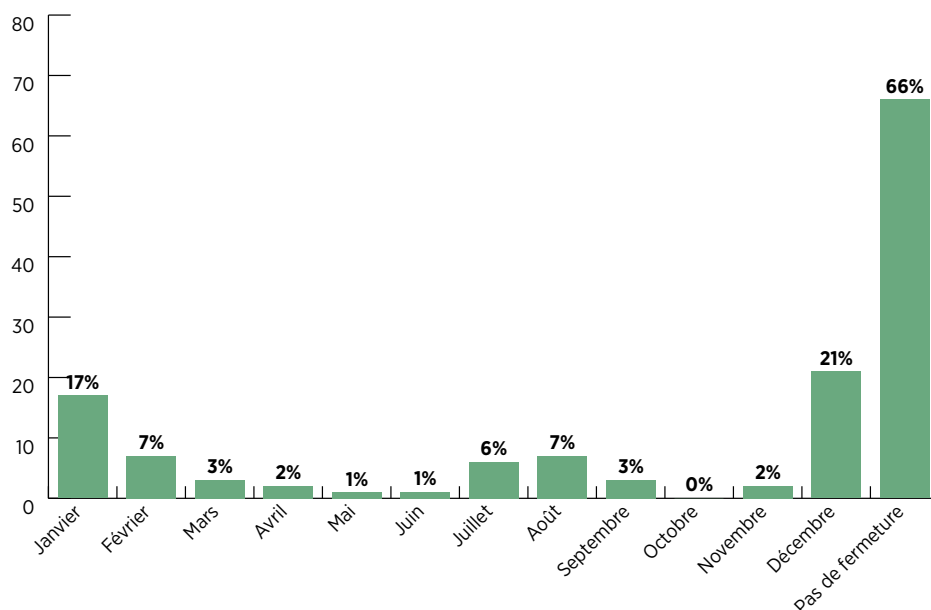
Enfin, notons que si les mois de décembre restent les périodes de fermeture annuelle privilégiées par les musées, ils sont, dans l'enquête 2024 plus nombreux à déclarer ne pas avoir de période de fermeture (66% contre un peu plus de la moitié dans l'enquête 2014).

<sup>35</sup> Taux de réponse: 99% (en saison touristique) et 94% (hors saison touristique). La question étant à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%.

<sup>36</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>37</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>38</sup> Taux de réponse: 100%.

**Figure 7. Période de fermeture<sup>39</sup>**


### 2.3.2. Accessibilité géographique

**Tableau 6. Degré d'appréciation de l'accessibilité vers les institutions<sup>40</sup>**

	Pas accessible	Difficilement accessible	Plutôt accessible	Très facilement accessible
À pied	2%	9%	10%	79%
En autocar	2%	19%	45%	34%
En transport en commun	2%	17%	24%	57%
En vélo	0%	7%	25%	68%
En voiture	0%	7%	42%	51%

Les résultats indiquent que l'accessibilité aux institutions, quel que soit le moyen de transport utilisé, ne pose pas de problème majeur.

Cependant, les croisements permettent d'affiner ce constat. En effet, ils indiquent sans surprise que l'accessibilité est significativement liée à la localisation géographique des musées. Ainsi, s'agissant de l'accessibilité en autocar, les musées situés en Région bruxelloise sont partagés entre difficilement accessibles ou pas accessibles (49%) d'un côté, plutôt accessibles ou très facilement accessibles d'un autre côté (51%). Pour les autres musées, l'accessibilité en autocar tend davantage vers le plutôt accessibles à très facilement accessibles (100% pour les musées situés en provinces du Luxembourg et Namur, 94% pour les musées situés dans le Hainaut, 82% pour les musées situés en province de Liège et 67% pour les musées situés dans le Brabant wallon). Si en revanche, nous analysons l'accessibilité en transport en commun, elle est davantage favorable aux musées situés en Région bruxelloise qui déclarent à l'unanimité être plutôt accessibles (17%), voire très facilement accessibles (83%). Cette tendance est également présente mais de manière moins marquée pour les autres musées. Ainsi, la part des musées qui se

<sup>39</sup> Taux de réponse: 98%.

<sup>40</sup> Taux de réponse: 100%.

disent plutôt accessibles à très facilement accessibles est de 81% pour les musées situés dans le Hainaut, 77% pour les musées situés dans la province de Liège, 75% pour les musées situés en province de Namur, 44% pour ceux situés en province de Luxembourg et 33% pour ceux qui sont dans le Brabant wallon.

### 2.3.3. Accessibilité physique

Élargir l'accessibilité des musées au plus grand nombre est un défi constant du secteur muséal. L'inclusion des personnes porteuses d'un handicap constitue pour ce secteur, comme pour d'autres secteurs culturels, un enjeu de société.

En Wallonie et à Bruxelles, il existe la certification Access-i qui évalue et communique de manière claire l'accessibilité des infrastructures, événements et services aux personnes en situation de handicap. Son objectif principal est d'informer les visiteurs sur le niveau d'accessibilité d'un lieu en fonction de leur type de handicap (mobilité réduite, déficience visuelle, auditive, intellectuelle, etc.).

Au sein des répondants, 38%<sup>41</sup> déclarent avoir réalisé un audit d'accessibilité pour obtenir la certification Access-i.

L'analyse révèle que c'est au sein des musées subventionnés que la part des opérateurs ayant réalisé cet audit est la plus élevée (49% contre 24% au sein des musées non subventionnés).

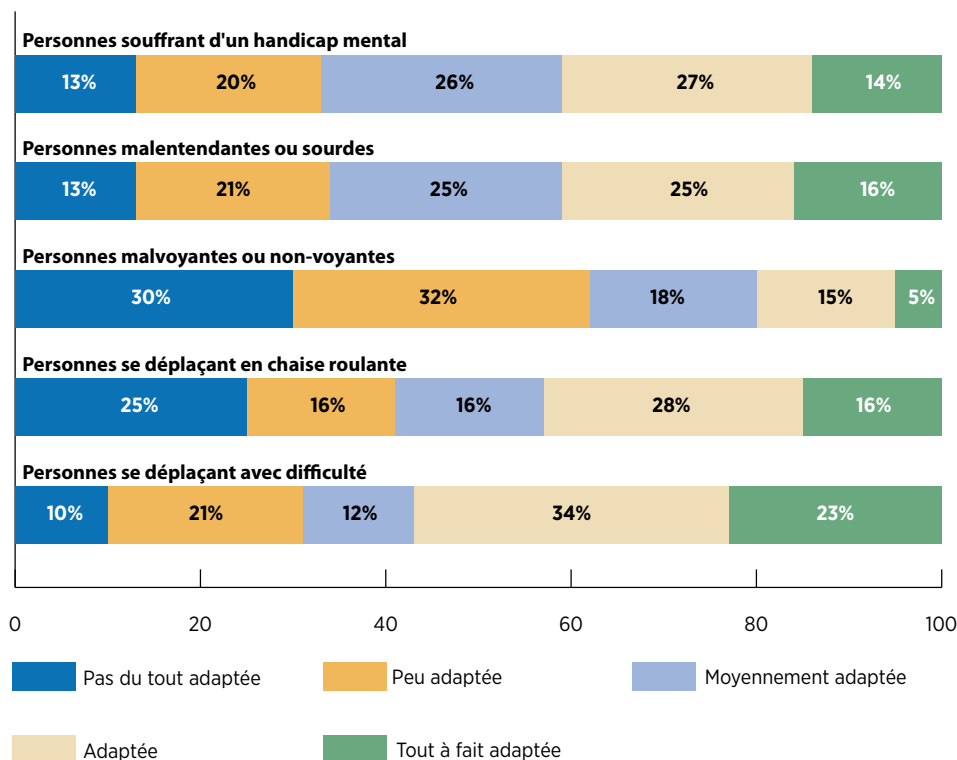
S'agissant d'une nouvelle question, il faut attendre la prochaine enquête pour apprécier l'évolution du positionnement du secteur muséal vis-à-vis de cet audit.

Les musées interrogés ont également été invités à qualifier l'adaptation de leurs infrastructures, du parcours de visite, de la formation du personnel d'accueil et de la formation du personnel de médiation eu égard à cinq catégories de handicap. Pour chacun de ces éléments, les répondants ont fourni leur appréciation, sur une échelle de 1 à 5 (1 = pas du tout adapté(e); 2 = peu adapté(e); 3 = moyennement adapté(e); 4 = adapté(e); 5 = tout à fait adapté(e)), et ce, en distinguant chacune des 5 catégories de handicap.

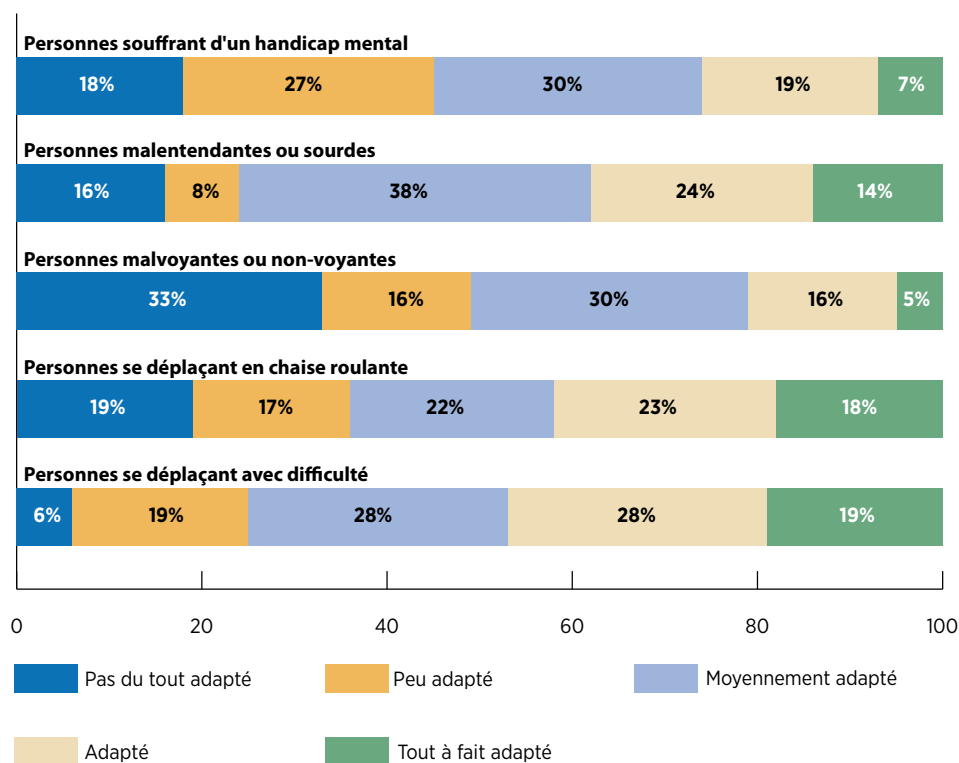
---

41 Taux de réponse: 99%.

**Figure 8. Degré d'appréciation de l'infrastructure (escalier, ascenseur...) au regard des types de handicap<sup>42</sup>**



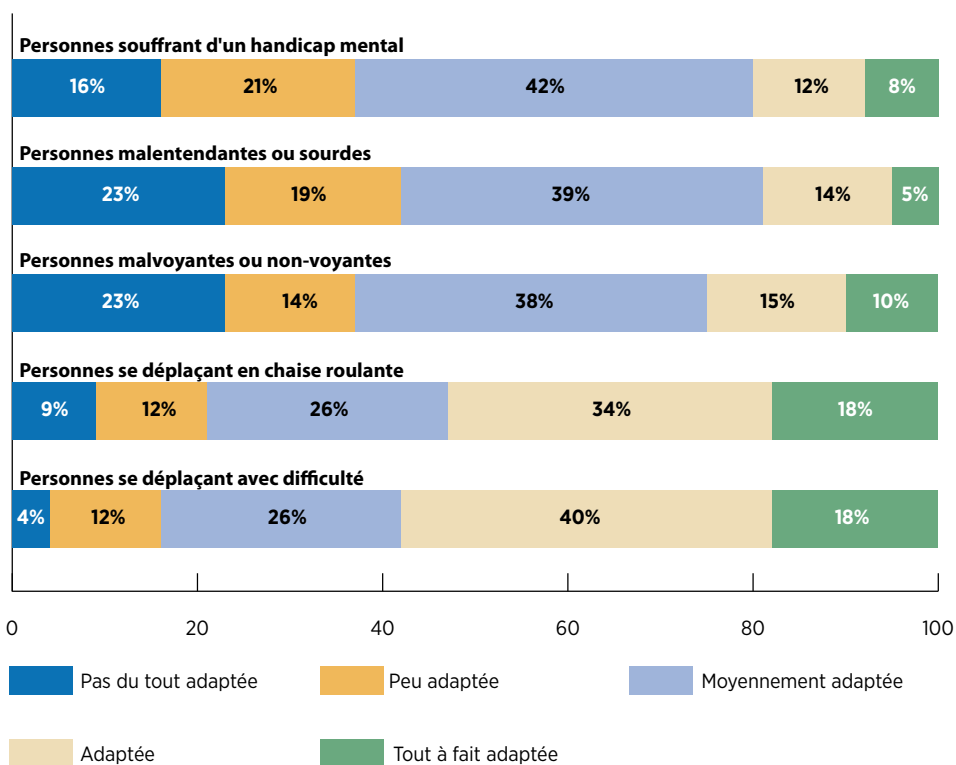
**Figure 9. Degré d'appréciation du parcours de visite (les aides à la visite) au regard des types de handicap<sup>43</sup>**



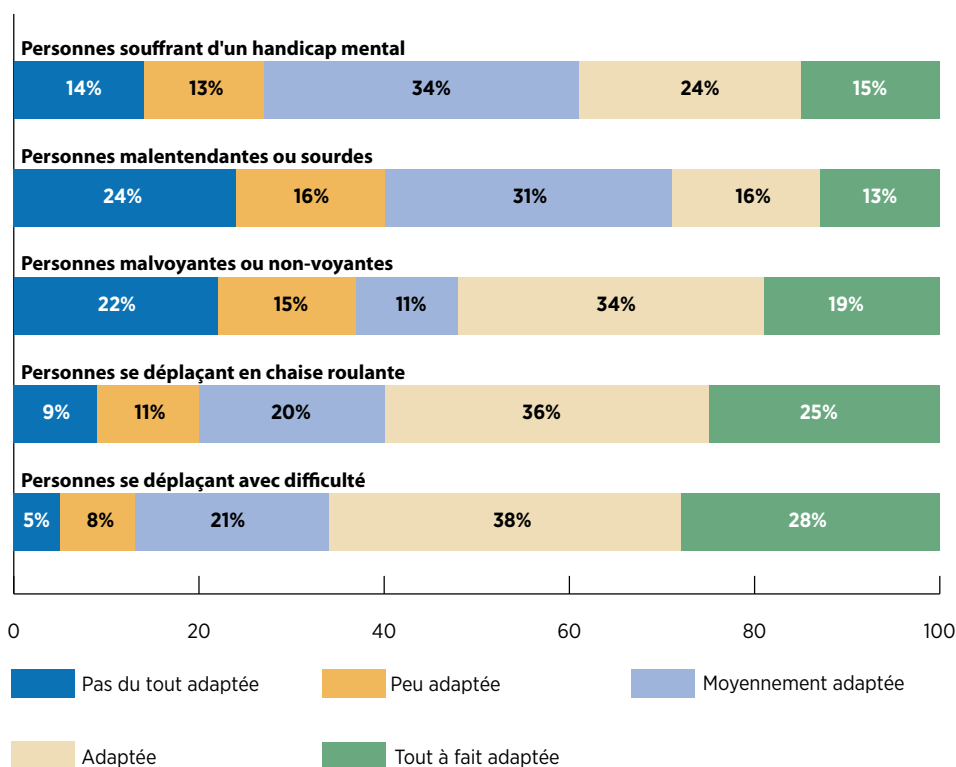
<sup>42</sup> Taux de réponse : 97%.

<sup>43</sup> Taux de réponse : 93%.

**Figure 10. Degré d'appréciation de la formation du personnel d'accueil au regard des types de handicap<sup>44</sup>**



**Figure 11. Degré d'appréciation de la formation du personnel de médiation au regard des types de handicap<sup>45</sup>**



<sup>44</sup> Taux de réponse: 91%.

<sup>45</sup> Taux de réponse: 88%.

La comparaison des résultats avec ceux de l'enquête précédente indique que c'est, à nouveau pour la catégorie des personnes se déplaçant avec difficulté ou en chaise roulante, que les musées se déclarent dans une plus forte proportion moyennement, voire tout à fait adaptés.

De même, il s'avère que l'accessibilité à l'infrastructure reste problématique pour le handicap visuel.

Cependant, il semblerait qu'il y ait eu des actions pour améliorer l'accessibilité du parcours de visite. En effet, si en 2014, 78% des musées se déclaraient peu ou pas du tout adaptés pour les personnes non-voyantes et 59% peu ou pas du tout adaptés pour les personnes malvoyantes<sup>46</sup>, dans la présente enquête, un peu moins de la moitié des musées (49%) se disent peu ou pas du tout adaptés pour les personnes malvoyantes ou non-voyantes.

Les enjeux liés à la formation du personnel d'accueil et du personnel de médiation vis-à-vis des personnes porteuses de handicap semblent également avoir été bien compris par le secteur muséal puisqu'en 2014, 2/3 des musées se déclaraient peu ou pas du tout adaptés pour les personnes sourdes alors que dans la présente enquête, ce taux est de 42%.

Afin de synthétiser les résultats illustrés dans les Figures 9 à 12, voici un tableau, reprenant, par type d'éléments et catégories de handicap, la note moyenne sur cinq<sup>47</sup> obtenue sur l'ensemble des répondants.

**Tableau 7. Degré d'appréciation moyen (note de 1 à 5) des différentes composantes des institutions au regard des types de handicap**

	Infrastructure (escalier, ascenseur...)	Le parcours de visite (les aides à la visite...)	La formation du personnel d'accueil	La formation du personnel de médiation
Personnes souffrant d'un handicap mental	3,1	2,7	2,8	3,1
Personnes malentendantes ou sourdes	3,1	3,1	2,6	2,8
Personnes malvoyantes ou non-voyantes	2,3	2,4	2,8	3,1
Personnes se déplaçant en chaise roulante	2,9	3	3,4	3,6
Personnes se déplaçant avec difficulté	3,4	3,4	3,6	3,8

#### 2.3.4. Accessibilité financière

L'accessibilité à la culture peut également être facilitée par des dispositifs visant à réduire le coût d'une activité culturelle. C'est le cas du dispositif Article 27 qui tire son nom de l'Article 27 de la Déclaration universelle des droits de l'homme, qui affirme le droit de chacun à participer à la vie culturelle, et qui permet à des personnes en situation de précarité économique d'acheter des tickets à prix réduit (généralement 1,25 euros)

<sup>46</sup> Dans l'enquête 2014, il s'agissait de deux catégories distinctes de handicap alors que dans l'enquête 2024 elles sont regroupées.

<sup>47</sup> L'échelle 1 à 5 utilisée a été transformée en note chiffrée, le minimum étant 1/5 et le maximum étant 5/5.

pour participer à des activités culturelles comme le théâtre, le cinéma, les concerts ou encore les musées.

L'enquête révèle que ce dispositif est largement connu et appliqué par les répondants (respectivement 92%<sup>48</sup> et 88%<sup>49</sup>).

Si ce dispositif s'applique aussi bien en Wallonie qu'à Bruxelles, il existe, pour les habitants de Bruxelles, un dispositif spécifique appelé Paspartoe. Celui-ci, à la différence d'Article 27 qui se présente sous la forme d'un ticket unique à destination exclusivement des personnes en précarité, peut se concevoir plutôt comme une carte de fidélité culturelle, ouverte à tous, mais avec des avantages spécifiques pour les personnes à faibles revenus.

La notoriété de ce dispositif est moins répandue parmi nos répondants: 21%<sup>50</sup> déclarent connaître le dispositif et parmi eux, seuls 25%<sup>51</sup> appliquent la tarification à taux préférentiel du Paspartoe.

Cette notoriété est liée à la localisation géographique de nos répondants: sans surprise, c'est au cœur des musées situés dans la Région bruxelloise que la notoriété est la plus élevée, 57%, alors qu'elle oscille entre 0% et 8% au sein des musées situés dans les autres provinces wallonnes.

#### *Qu'en est-il des politiques de gratuité ?*

77% des répondants appliquent une ou plusieurs politiques de gratuité régulières (c'est-à-dire en dehors d'un événement particulier) pour leurs expositions permanentes<sup>52</sup>.

Ce résultat est en hausse: dans l'enquête de 2014, ce taux était de 67%.

La politique de gratuité la plus répandue reste la gratuité le 1<sup>er</sup> dimanche du mois; la part des répondants qui l'appliquent est d'ailleurs en hausse en comparaison à l'enquête précédente (73% contre 61%), ce qui s'explique notamment par le poids plus élevé des musées subventionnés dans l'enquête 2024 (58% contre 47% dans l'enquête 2014).

En effet, compte tenu de l'obligation décrétole pour les musées subventionnés de pratiquer la gratuité le premier dimanche du mois, cette politique de gratuité touche davantage les musées subventionnés (86% la pratiquent) que non subventionnés (18% la pratiquent).

La politique de gratuité à l'égard des groupes scolaires, plus répandue que dans l'enquête 2014 (pratiquée par 27% des répondants, elle passe à 46%) est également devenue une obligation dans le nouveau décret du secteur muséal. Par conséquent, ici aussi, c'est une politique qui concerne davantage les musées subventionnés (53% la pratiquent) que les non subventionnés (12% la pratiquent).

La présente enquête confirme le manque d'intérêt des musées vis-à-vis de la gratuité le mercredi après-midi pour le tout public; elle n'était pas non plus citée dans l'enquête 2014.

48 Taux de réponse: 100%.

49 Taux de réponse: 100%.

50 Taux de réponse: 100%.

51 Taux de réponse: 100%.

52 Taux de réponse: 100%.

**Tableau 8. Politiques de gratuité<sup>53</sup>**

Le 1 <sup>er</sup> dimanche du mois pour le tout public	73%
Tous les jours pour les groupes scolaires	46%
Tous les jours pour les moins de 6 ans	42%
Tous les jours pour les moins de 12 ans	36%
Le musée est accessible gratuitement pendant ses heures d'ouverture	19%
Certains jours (voire tous les jours) pour les habitants de la commune/ville	13%
Tous les jours pour les moins de 18 ans	13%
Uniquement un jour par semaine pour les groupes scolaires	1%
Le mercredi après-midi pour le tout public	0%
Tous les jours pour les moins de 26 ans	0%

Quelles que soient les politiques de gratuité choisies, il est important de voir si elles ont un impact, d'une part sur la fréquentation du public et, d'autre part, sur la composition du public. Bien que cette dernière englobe un ensemble de caractéristiques sociodémographiques, culturelles et comportementales qui décrivent les visiteurs d'un musée, elle s'entend plutôt ici comme incluant l'âge, le genre, l'origine géographique et le type de visiteurs (individuels/groupes/groupes scolaires).

Parmi ces 90 musées qui pratiquent une ou plusieurs politiques de gratuité régulières, deux-tiers<sup>54</sup> estiment qu'elles ont un impact important, voire très important, sur la fréquentation. Ce positionnement est un changement significatif par rapport à l'enquête 2014 où plus de la moitié des musées (55%) estimaient que leurs politiques de gratuité avaient un impact peu, voire pas important.

Les avis sont en revanche plus partagés quant à l'impact sur la composition du public (visiteurs individuels/groupes, âge, genre et origine du public)<sup>55</sup>. En effet, 46% estiment qu'il est peu, voire pas important, alors que 46% estiment qu'il est important, voire très important; 8% des musées déclarent que l'impact est impossible à déterminer. Ici aussi, bien que moins marqué, c'est un changement de posture, puisque dans l'enquête 2014, 36% des musées déclaraient que l'impact sur la composition du public était important, voire très important.

Ces 90 musées ont également été interrogés sur les difficultés éventuelles liées à la mise en œuvre de ces politiques de gratuité.

Une large majorité (84%)<sup>56</sup> se dit plutôt pas d'accord, voire pas du tout d'accord avec l'affirmation selon laquelle ces politiques de gratuité entraînent des difficultés d'organisation. La tendance est moins marquée mais existe néanmoins s'agissant de l'affirmation selon laquelle ces politiques de gratuité entraînent des difficultés financières: 63%<sup>57</sup> se disent plutôt pas d'accord, voire pas du tout d'accord avec l'affirmation.

53 Taux de réponse: 100%. La question étant à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%.

54 Taux de réponse: 100%.

55 Taux de réponse: 99%.

56 Taux de réponse: 99%.

57 Taux de réponse: 100%.

Cette même question a été posée aux 27 musées qui disent ne pas pratiquer de politiques de gratuité régulière pour leurs expositions permanentes.

Si les résultats sont partagés pour l'affirmation selon laquelle ces politiques de gratuité entraîneraient des difficultés d'organisation<sup>58</sup> (52% se disent plutôt pas d'accord, voire pas du tout d'accord, alors que 48% se disent plutôt d'accord, voire tout à fait d'accord), la tendance est claire pour la seconde affirmation : 92% se disent plutôt d'accord, voire tout à fait d'accord, sur le fait que ces politiques de gratuité entraîneraient des difficultés financières pour leur institution<sup>59</sup>.

Ce positionnement confirme celui qui était déjà observé dans l'enquête 2014. Notons l'augmentation de la part des musées qui se disent plutôt d'accord, voire tout à fait d'accord, sur le fait que ces politiques de gratuité entraîneraient des difficultés financières pour leur institution (elle était de 80% dans l'enquête 2014).

Enfin, l'ensemble des répondants, qu'ils pratiquent ou non des politiques de gratuité, ont été invités pour la première fois à se positionner sur le fait que la gratuité à l'égard des groupes scolaires puisse constituer un avantage concurrentiel (avantage compétitif) sur les autres musées.

En effet, le musée de la Communauté française ainsi que les musées subventionnés doivent, sur base de l'article 15 du Décret relatif au secteur muséal en Communauté française, offrir gratuitement l'accès aux groupes scolaires « dans les cas et selon le calendrier et les modalités arrêtés par le Gouvernement en conformité avec les objectifs, stratégies et priorité du Parcours d'Éducation culturelle et artistique ».

Les résultats de l'enquête indiquent que 62% des répondants<sup>60</sup> estiment que la gratuité à l'égard des groupes scolaires est un avantage concurrentiel peu important, voire pas important.

Ce constat est lié au fait d'être contraint ou non d'appliquer cette mesure de gratuité. Ainsi, ce sont davantage les musées subventionnés (70%) que les non subventionnés (49%) qui émettent cet avis.

#### 2.4. PUBLIC

Deux prismes d'appréhension, par ailleurs complémentaires, sont envisageables pour étudier le public des musées.

S'il s'agit de s'intéresser à la composition de ce public, il est nécessaire de mener des enquêtes en face à face auprès des visiteurs. En parallèle, il est possible de s'intéresser aux données de fréquentation des visiteurs. C'est le choix qui a été opéré dans la présente enquête, notamment en raison des coûts liés à la récolte de données en face à face.

Les données présentées ci-après sont donc celles qui sont déclarées par les musées et portent sur :

- Le nombre de visiteurs en 2023 par types d'entrées (entrées payantes/gratuites) ;
- L'origine et les types de visiteurs (visiteurs individuels/groupes scolaires/autres groupes) ;
- La fréquentation des groupes scolaires ;

<sup>58</sup> Taux de réponse : 93%.

<sup>59</sup> Taux de réponse : 96%.

<sup>60</sup> Taux de réponse : 97%.

- L'évolution de la fréquentation depuis 2019, par type de visiteurs et origine.

Les musées sont également interrogés sur les catégories de public qu'ils souhaiteraient toucher davantage, ainsi que sur la réalisation ou non d'enquêtes auprès de leurs visiteurs.

#### 2.4.1. Le nombre de visiteurs

57% des répondants<sup>61</sup> comptabilisent leurs visiteurs via un système de billetterie, 43% manuellement. Depuis l'enquête 2014, il semblerait que plus de musées se soient orientés vers une informatisation du recueil des données de fréquentation. En effet, la part des musées concernés par un système de billetterie est alors de 44%.

Les analyses révèlent que les musées subventionnés vont dans une plus grande proportion, avoir recours à ce système (respectivement 70% contre 39% pour les musées non subventionnés).

En 2023, les musées totalisent 1753 354 visiteurs<sup>62</sup>: 60% sont des visiteurs payants et 40% des visiteurs gratuits.

**Tableau 9. Caractéristiques des visiteurs**

	Visiteurs payants	Visiteurs gratuits	Nombre total de visiteurs
Minimum	0	0	0
Moyenne	12 294,8	8 332,9	20 627,7
Médiane	4 925	2 708	9 033
Maximum	93 119	173 524	188 754

#### 2.4.2. La répartition des visiteurs

Par souci de simplification du questionnaire, la question relative à la répartition des visiteurs par zone géographique est regroupée avec celle relative au type de public. Malheureusement, peu de musées complètent ces données détaillées. S'agissant de la répartition des visiteurs individuels par zone géographique, seuls 34 musées (sur les 85 qui fournissent un total visiteurs payants/gratuits) fournissent des données. Pour les groupes scolaires et pour les autres groupes, nous avons reçu des données pour respectivement 25 et 23 musées. Compte tenu du faible taux de participation, nous avons pris la décision de ne pas traiter cette question.

#### 2.4.3. La fréquentation des groupes scolaires

Pour rappel, c'est à partir de septembre 2022 qu'entre en vigueur, au sein des établissements scolaires situés en FW-B, la réforme des rythmes scolaires. Depuis lors, les élèves de l'enseignement obligatoire alternent sept semaines de cours suivies de deux semaines de congé, le tout pour un total de 182 jours de scolarité.

Nous avons souhaité, dans l'enquête 2024, nous intéresser à l'éventuel impact de cette réforme sur la fréquentation des musées. Au vu des résultats obtenus parmi les répondants<sup>63</sup>, la fréquentation des groupes

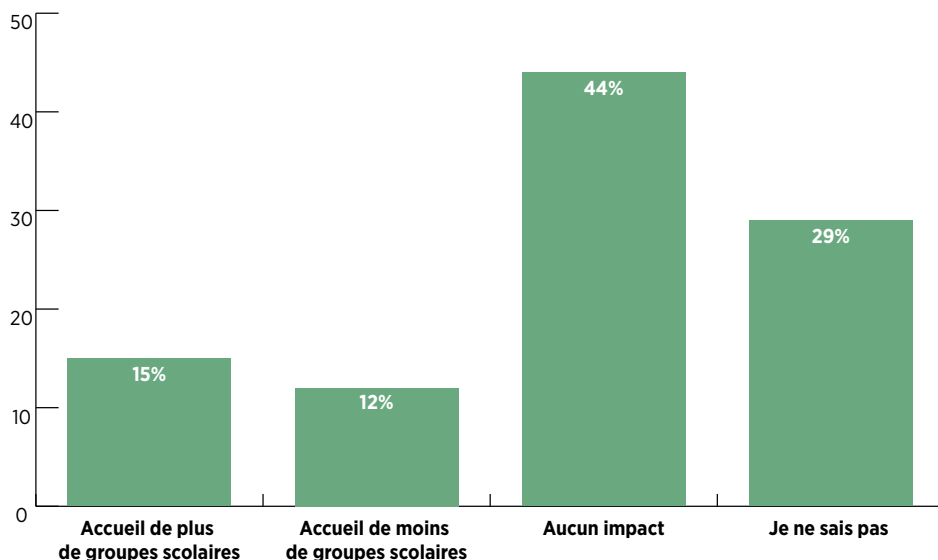
61 Taux de réponse: 98%.

62 Taux de réponse: 73%. Ce taux s'explique par le fait que pour être pris en compte le musée devait fournir le nombre de visiteurs payants et le nombre de visiteurs gratuits.

63 Taux de réponse: 94%.

scolaires belges francophones semble avoir peu, voire pas du tout été impactée par la réforme des rythmes scolaires. Ce constat est valable quelle que soit la localisation géographique des musées.

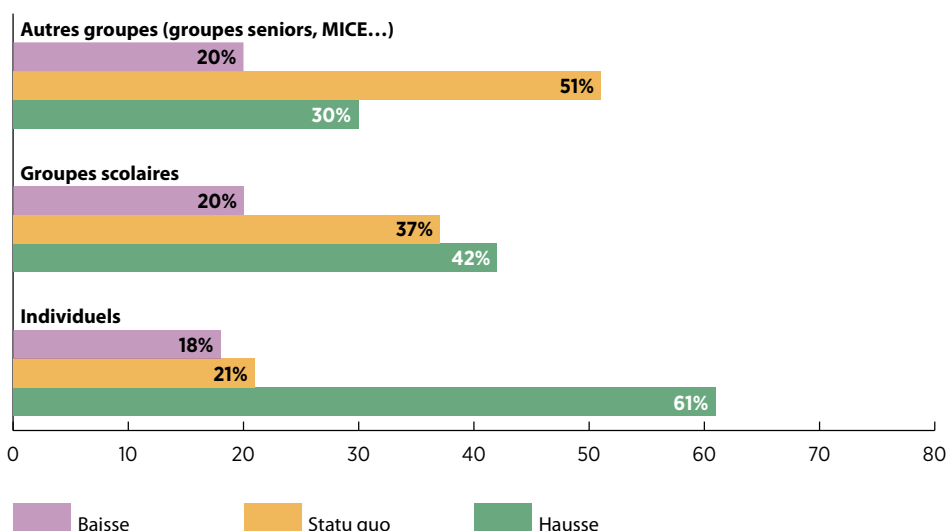
**Figure 12. Impact de la réforme des rythmes scolaires sur la fréquentation des groupes scolaires belges francophones**



Ce résultat va dans le même sens que celui observé par l’Office du Tourisme wallon qui, en novembre 2023, a réalisé un sondage auprès des attractions touristiques situées en Wallonie. Sur les 89 musées interrogés, 62 ont participé à l’enquête. Il s’avère que 43% déclarent que la réforme des rythmes scolaires n’a eu aucun impact sur la fréquentation des groupes scolaires belges francophones (22% déclarent avoir accueilli plus de groupes scolaires, 11% moins de groupes scolaires, et 24% ne savent pas répondre à la question).

#### 2.4.4. Évolution de la fréquentation selon le type et l’origine des visiteurs

**Figure 13. Évolution depuis 2019 (période avant Covid-19) du type de visiteurs<sup>64</sup>**



<sup>64</sup> Taux de réponse: 84%.

Les musées s'accordent pour une tendance à la hausse des visiteurs individuels; ils sont plus partagés entre la hausse et le statu quo s'agissant des groupes scolaires, et plutôt une tendance au statu quo pour les autres groupes.

Sur cette question, les tendances observées sont les mêmes entre musées subventionnés et non subventionnés.

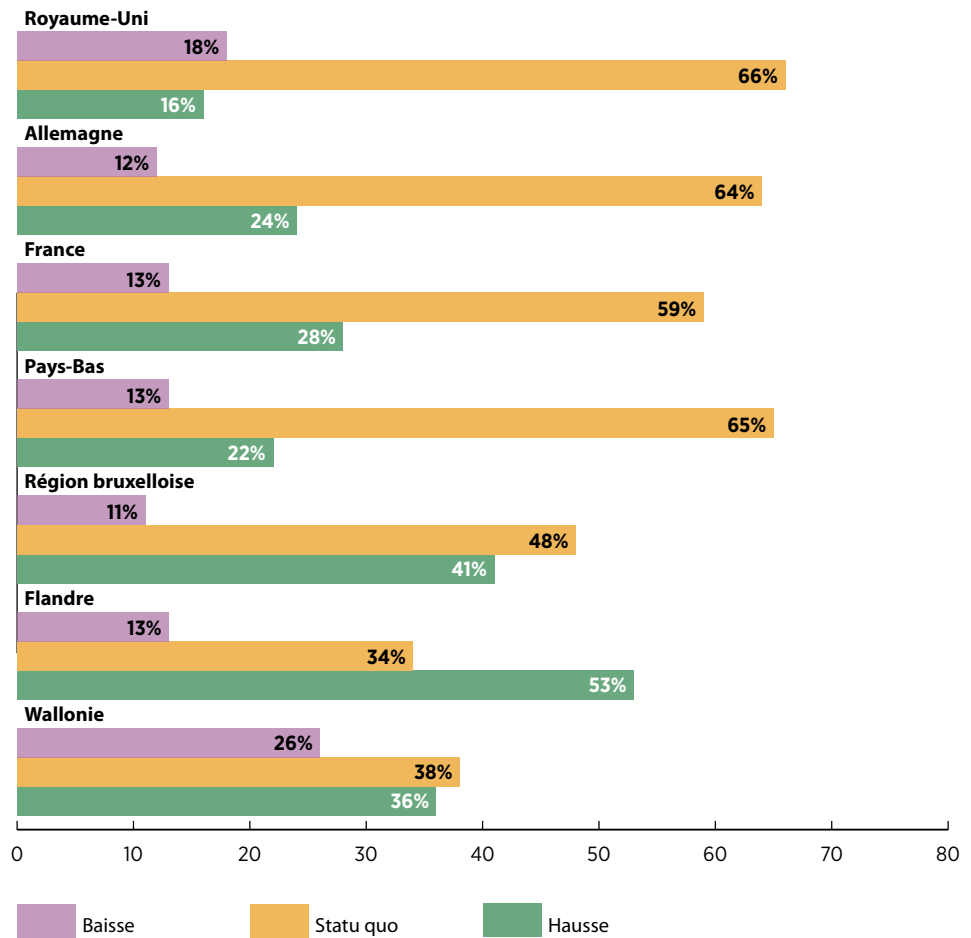
La tendance marquée d'une évolution à la hausse des visiteurs individuels depuis 2019 selon les répondants n'est pas, dans les faits, celle que constate le Service du Patrimoine de l'AGC dans les chiffres communiqués par les musées subventionnés.

Pourtant, le croisement confirme que la tendance à la hausse, déclarée par les répondants, s'observe aussi bien auprès des musées subventionnés que non subventionnés.

Cette divergence de point de vue est étonnante quand on sait, pour rappel, que plus de 2/3 des musées subventionnés répondent à notre enquête. Néanmoins, elle pourrait s'expliquer par la méthode de collecte de l'information: ici dans l'enquête, les réponses fournies peuvent résulter d'une impression, d'une évaluation, ou de données chiffrées alors qu'au Service du Patrimoine ce sont uniquement des données chiffrées qui sont collectées.

Le même constat peut être fait en ce qui concerne la fréquentation des groupes scolaires, en baisse selon les chiffres collectés par le Service du Patrimoine de l'AGC, alors que les avis sont plus partagés parmi nos répondants. Ici aussi, les croisements effectués confirment que la répartition des réponses n'a pas de lien avec le fait d'être ou non subventionné, ni même avec la localisation géographique des musées, les musées situés à Bruxelles ayant donc aussi des avis partagés sur cette question.

**Figure 14. Évolution depuis 2019 de l'origine des visiteurs<sup>65</sup>**



À l'exception des visiteurs provenant de la Flandre, une tendance au statut quo est observée lorsqu'il s'agit d'évaluer l'évolution de la fréquentation des visiteurs selon leur origine.

Notons que les résultats présentés dans la Figure 14 et concernant les visiteurs belges ne sont pas influencés par la localisation géographique des musées répondants.

S'agissant des croisements entre les visiteurs d'origine étrangère et la localisation géographique des musées répondants, seul un croisement s'avère significatif: l'avis concernant l'évolution des visiteurs hollandais diverge selon la localisation des musées répondants. Ainsi, la tendance à la hausse des visiteurs hollandais est davantage relevée par les musées situés dans les provinces de Liège (47%), le statu quo davantage mis en avant par les musées situés dans le Hainaut (43%) tandis que la baisse de fréquentation est davantage soulevée par les musées situés dans la Région bruxelloise (40%).

Pour les autres origines des visiteurs, il n'est pas possible de tirer des enseignements des croisements effectués.

À nouveau, les données recueillies auprès des musées ayant répondu à notre enquête ne semblent pas correspondre à l'évolution constatée cette fois par l'Observatoire wallon du Tourisme (OWT). Celui-ci, se basant sur un relevé des données de fréquentation auprès de 94

<sup>65</sup> Taux de réponse: 68%.

musées wallons, constate une évolution à la hausse de la fréquentation des visiteurs venant d'Allemagne, France et Pays-Bas, et une baisse de la fréquentation des visiteurs venant de Grande-Bretagne.

Ici aussi, une des explications possibles est le format des données recueillies, basé sur l'avis, subjectif des personnes interrogées dans le cas de notre enquête, sur une donnée quantitative, donc objectivable, du côté du diagnostic fait par l'OWT. Il est également possible, vu que les deux échantillons ne sont pas les mêmes, que les réalités vécues au sein de ces deux groupes de musées expliquent tout ou partie des divergences constatées dans les tendances observées.

#### 2.4.5. Catégories de public à toucher davantage

Sur base d'une liste de réponses préétablie, les musées pouvaient choisir jusqu'à un maximum de 3 catégories de public qu'ils souhaitaient toucher davantage.

La moitié des répondants à cette question<sup>66</sup> aimeraient toucher davantage les visiteurs entre 18 et 30 ans. Ce sont ensuite les visites en famille qui sont visées ainsi que les groupes scolaires.

**Tableau 10. Catégories de public à toucher davantage**

Les visiteurs 18-30 ans	50%
Les visiteurs venant en famille	41%
Les groupes scolaires	37%
Les habitants de la commune	26%
Les touristes du week-end	18%
Les publics porteurs d'un handicap	17%
Les visiteurs venant seuls ou en couple	15%
Les visiteurs flamands	14%
Les visiteurs étrangers	13%
Les visiteurs bruxellois	11%
Les publics en situation de pauvreté	10%
Les visiteurs wallons	4%
Autre	3%

Les choix qui sont posés ne sont pas liés à la catégorie de musées, au statut juridique ou encore à la localisation géographique.

Parmi les répondants, 6 déclarent ne pas vouloir toucher davantage une catégorie particulière de public.

Enfin, notons que 63% des musées<sup>67</sup> ont, depuis la fin de la crise sanitaire, développé un ou plusieurs nouveaux dispositifs pour attirer du public.

<sup>66</sup> Taux de réponse: 96%. La question étant à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%.

<sup>67</sup> Taux de réponse: 94%.

#### 2.4.6. Enquêtes auprès du public

Un tiers des musées<sup>68</sup> réalisent des enquêtes auprès de leur public que ce soit pour identifier leur profil et/ou mesurer leur satisfaction. Deux tiers d'entre eux le font ponctuellement<sup>69</sup>, et 23% le font après chaque visite<sup>70</sup>.

Dans l'enquête 2014, la part des musées qui réalisaient des enquêtes était plus élevée : 44%.

Près d'un quart des musées (24%)<sup>71</sup> proposent des visites virtuelles sur leur site internet : 16 musées sur les 28 concernés<sup>72</sup> suivent les statistiques de fréquentation de ces visites virtuelles.

#### 2.5. POLITIQUE TARIFAIRE

Dans l'analyse des tarifs ci-dessous, n'ont été pris en compte que les musées ayant déclaré ne pas appliquer de politiques de gratuité pour leurs expositions permanentes ainsi que ceux ayant déclaré appliquer une ou plusieurs politiques de gratuité mais pas celle de l'accès gratuit tout public durant les heures d'ouverture : 96 musées sont concernés.

**Tableau 11. Tarifs appliqués selon le profil des visiteurs**

	Adulte	Enfant (0-18 ans)	Étudiant (18-26 ans)	Demandeur d'emploi	Article 27	Famille	Groupes d'adultes	Groupes scolaires FW-B	Groupes scolaires hors FW-B
Minimum	2	0	0	0	0	0,3	1	0	0
Moyenne	6,9	2,7	4,4	5	1,3	11,2	14,6	4,5	7,7
Médiane	6	2,5	4	4	1,3	6	5	0	2
Maximum	15	12	15	15	6	45	330	90	90
Taux de réponse	97%	94%	95%	86%	86%	50%	89%	89%	85%

Il a été demandé à ces 96 musées quelles sont les cartes avantages et/ou de réductions qu'ils acceptent.

Comme le montre le Tableau 12, les musées acceptent un large éventail de cartes avantages et/ou de réductions, permettant ainsi à certaines personnes de bénéficier de tarifs d'entrée réduits.

68 Taux de réponse : 100%.

69 Taux de réponse : 100%.

70 5% le font mensuellement, 3% annuellement et 3% de façon biennale.

71 Taux de réponse : 100%.

72 Taux de réponse : 100%.

**Tableau 12. Cartes avantages et/ou de réductions acceptées par les musées<sup>73</sup>**

Carte prof	89%
Carte étudiant	82%
Carte ICOM	75%
MuseumPASSmusées (Pass musées)	75%
Lerarenkaart	66%
Passeport Attractions et Tourisme	63%
Pass VISITWallonia.be	63%
Habitants de la ville/commune	21%
Brussels Card	18%
Carte Auberge de Jeunesse	1%

Comme dans l'enquête précédente, c'est la carte prof qui est la plus souvent citée par les musées (86% dans l'enquête 2014).

Notons que la carte ICOM est cette fois plus souvent citée (75% contre 62% dans l'enquête 2014) tandis que la lerarenkaart l'est un peu moins (passant de 70% dans l'enquête 2014 à 66% dans l'enquête 2024). Mais c'est la carte Auberge de Jeunesse qui semble avoir pratiquement disparu, passant de 33% dans l'enquête 2014 à 1% dans la présente enquête.

Pour la grande majorité (73%)<sup>74</sup> de ces 96 musées concernés par les questions relatives à la politique tarifaire, il est possible de visiter les expositions temporaires sans supplément par rapport au ticket d'entrée pour l'exposition permanente. 12% des musées appliquent une tarification spécifique pour leurs expositions temporaires<sup>75</sup> tandis que 9% nous indiquent que l'accès aux expositions temporaires est gratuit. Le solde, 6%, sont des musées qui déclarent ne pas avoir d'exposition temporaire.

Dans l'enquête de 2014, la part des musées qui appliquaient un tarif spécifique pour leurs expositions temporaires était plus élevée, 21%, avec pour conséquence que la part des musées offrant un accès aux expositions temporaires sans supplément par rapport au ticket d'entrée pour l'exposition permanente était moins élevée, 56%.

Enfin, relevons qu'un peu plus de la moitié de ces 96 musées (57%)<sup>76</sup> participent à un tarif combiné avec d'autres attractions touristiques ou culturelles. Ce constat est en augmentation par rapport à l'enquête précédente (51%).

Les avis sont partagés quant à l'impact de ce dispositif sur le nombre de visiteurs supplémentaires<sup>77</sup> : 51% sont d'accord, voire tout à fait d'accord, pour dire que cela génère du public, 49% se disent plutôt pas d'accord avec cette affirmation.

<sup>73</sup> Taux de réponse: 96%. La question étant à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%.

<sup>74</sup> Taux de réponse: 98%.

<sup>75</sup> Sur les 11 musées concernés, 7 appliquent les mêmes cartes avantages et/ou réductions que pour leur exposition permanente.

<sup>76</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>77</sup> Taux de réponse: 100%.

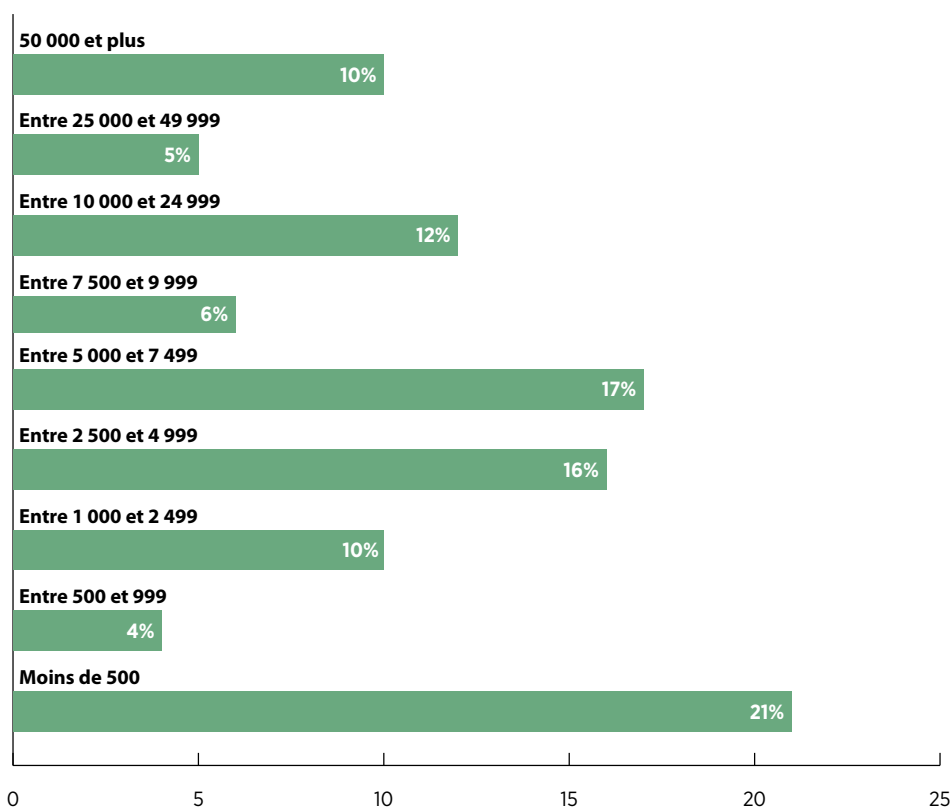
Il existe un lien entre ce constat et le degré de satisfaction globale<sup>78</sup> par rapport à ce dispositif de tarification combinée.

Ainsi, parmi les 36% qui se disent satisfaits, voire très satisfaits, se retrouvent quasi à l'unanimité ceux qui se sont déclarés d'accord, voire tout à fait d'accord, pour dire que ce dispositif génère du public. De même, parmi les 55% qui déclarent un degré de satisfaction neutre, deux tiers se disent plutôt pas d'accord avec le fait que cela génère du public. Sans surprise, les musées qui se déclarent insatisfaits se retrouvent tous parmi les musées qui se disent plutôt pas d'accord avec l'affirmation selon laquelle une tarification combinée amène du public supplémentaire.

## 2.6. COLLECTIONS

### 2.6.1. Nombre et propriété des pièces de collections

Figure 15. Répartition du total des pièces de collection<sup>79</sup>

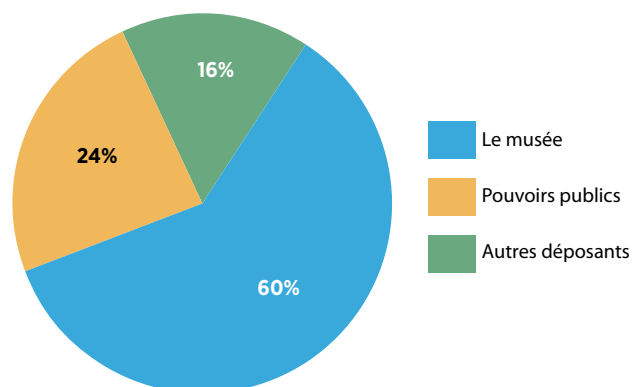


Les répondants totalisent 6 952 414 pièces de collections (ce chiffre oscille entre 1 et 1600 000). Notons que 6 musées représentent à eux seuls 88% de ce total. Dans le cas présent, la médiane qui est à 4 548 est une information plus pertinente que la moyenne (qui vaut 66 850).

78 Taux de réponse: 100%.

79 Taux de réponse: 89%.

**Figure 16. Profil moyen relatif à la propriété des collections<sup>80</sup>**



Le profil moyen permet d'apprécier l'importance de chacun des types de propriétaire, au départ d'une moyenne calculée sur l'ensemble des musées ayant répondu à la question. Cette moyenne a été calculée sur base des données individuelles, c'est-à-dire la répartition, par musée, de la part des pièces de collection appartenant à chacun des trois types de propriétaires.

Ainsi, en moyenne, les musées sont propriétaires de 60% de leurs pièces de collection. Comparée à l'enquête 2014, ce chiffre est en légère baisse, passant de 66% à 60%.

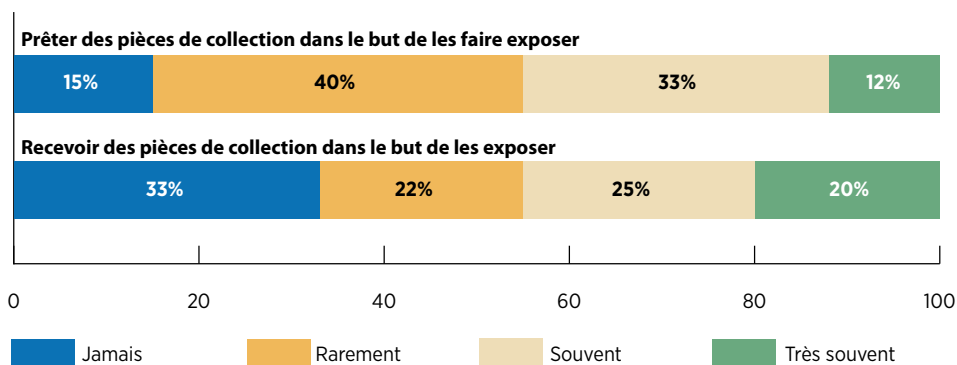
Notons que 22 musées déclarent exposer des pièces qui ne leur appartiennent pas du tout (dans 5 cas, ces pièces appartiennent en totalité aux pouvoirs publics) tandis que 19 autres déclarent être propriétaires de la totalité de leur collection et que 4 musées exposent des pièces appartenant en totalité à d'autres déposants.

### 2.6.2. Prêt de pièces de collection

Les musées peuvent être amenés à échanger des pièces de collection avec d'autres musées en vue de les exposer ou de les faire exposer.

La Figure 17 confirme qu'il y a bien des échanges entre musées, ce qui était d'ailleurs déjà observé, dans des tendances quasi identiques, dans l'enquête précédente.

**Figure 17. Fréquence, en 2023, des pièces reçues<sup>81</sup> et/ou prêtées<sup>82</sup>**



80 Taux de réponse: 92%.

81 Taux de réponse: 96%.

82 Taux de réponse: 89%.

Les musées subventionnés participent davantage à des échanges avec d'autres musées. Ainsi, la part des musées ayant souvent, voire très souvent prêté des pièces dans le but de les faire exposer est plus importante au sein des musées subventionnés (48% contre 27% pour les musées non subventionnés). De même, la part des musées ayant souvent, voire très souvent reçu des pièces de collection dans le but de les exposer est plus importante dans les musées subventionnés (53% contre 29% pour les musées non subventionnés).

### 2.6.3. Inventaire

90% des musées disposent d'un inventaire<sup>83</sup>; sans surprise, s'agissant d'une obligation décrétales, tous les musées subventionnés s'y retrouvent, auxquels s'ajoutent 76% des musées non subventionnés.

Dans 30% des cas<sup>84</sup>, cet inventaire est accessible en ligne.

Les croisements nous indiquent que cet accès en ligne est lié au fait d'être ou non un musée subventionné: 2/3 des musées qui offrent l'accès de leur inventaire en ligne sont des musées subventionnés.

Comme le montre le tableau ci-dessous, l'inventaire est protéiforme mais avec toutefois une tendance plus marquée pour le format informatique. Il s'agit ici d'un changement significatif au regard de l'enquête 2014 où 69% des répondants déclaraient être en possession, a minima, d'un inventaire sur papier.

**Tableau 13. Formats des inventaires<sup>85</sup>**

Sur papier ; l'inventaire est complet	13%
Sur papier ; l'inventaire est partiel	27%
Sous format informatique avec des outils bureautiques ; l'inventaire est complet	19%
Sous format informatique avec des outils bureautiques ; l'inventaire est partiel	31%
Sous format informatique avec le logiciel FileMaker Pro ; l'inventaire est complet	9%
Sous format informatique avec le logiciel FileMaker Pro ; l'inventaire est partiel	16%
Sous format informatique avec un autre logiciel spécifique ; l'inventaire est complet	9%
Sous format informatique avec un autre logiciel spécifique ; l'inventaire est partiel	44%

De même, alors que dans l'enquête 2014 c'est encore FileMaker Pro qui était plébiscité en tant que logiciel d'inventaire, depuis lors d'autres concurrents sont arrivés sur le marché et, parmi eux, trois sont plus largement cités à savoir Decalog Flora (cité 11 fois), The Museum System (cité 10 fois) et Collective Access (cité 7 fois).

En moyenne, le pourcentage de pièces inventoriées est de 76% (il oscille entre 10% et 100%) et la médiane est à 80%<sup>86</sup>.

83 Taux de réponse: 99%.

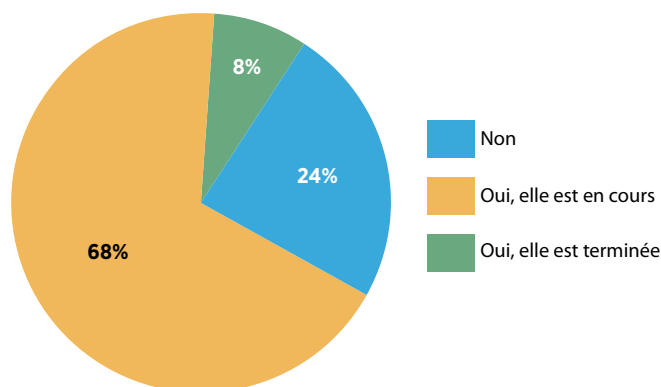
84 Taux de réponse: 99%.

85 Taux de réponse: 100%. La question étant à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%.

86 Taux de réponse: 88%.

## 2.6.4. Numérisation des collections

Figure 18. Politique de numérisation des collections<sup>87</sup>



Plus de  $\frac{3}{4}$  des musées mènent une politique de numérisation de leurs collections ; elle n'est terminée que pour 8% d'entre eux.

Ce constat est lié au fait d'être ou non un musée subventionné : la part des musées qui déclarent qu'ils ont entamé (mais pas terminé) leur politique de numérisation est plus élevée au sein des musées subventionnés (85% contre 43% pour les non subventionnés). À l'inverse, les musées non subventionnés se retrouvent en plus forte proportion parmi les musées ayant répondu ne pas avoir de politique de numérisation (41% contre 11% pour les musées subventionnés).

Enfin, relevons que les avis sont plutôt partagés quant à l'existence d'un plan de sauvegarde des biens culturels (finalisé ou en cours de rédaction) en cas de sinistre (incendie, inondation...) : 52%<sup>88</sup> déclarent en avoir un.

Ce constat ne s'explique ni par la catégorie de musées, ni par le fait d'être ou non propriétaire de ses infrastructures. En revanche, il s'explique par un positionnement divergeant entre musées subventionnés et non subventionnés : 71% des musées subventionnés répondent par l'affirmative à la question (ils sont 16% au sein des non subventionnés), 80% des musées non subventionnés par la négative (contre 29% au sein des subventionnés).

## 2.7. PROGRAMMATION

### 2.7.1. Expositions

86% des musées présentent leur collection de manière permanente<sup>89</sup> et 85% organisent des expositions temporaires<sup>90</sup>.

Les croisements indiquent que ce sont les musées d'art (littérature, BD, arts anciens, arts modernes, photos) qui organisent, dans une plus large proportion, des expositions temporaires. La part est de 96% alors qu'elle est de 67% pour les musées de sciences/techniques/industries ; 74% pour les musées d'histoire, 86% pour les musées d'archéologie et 88% pour les musées ethnologiques (folklore, patrimoine immatériel).

87 Taux de réponse : 98%.

88 Taux de réponse : 98%.

89 Taux de réponse : 95%.

90 Taux de réponse : 100%.

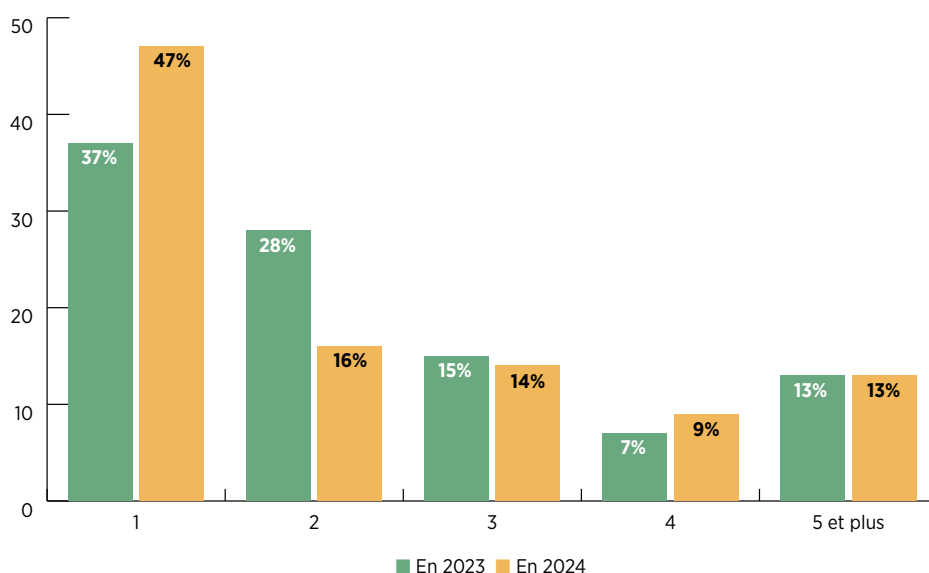
La localisation géographique des musées ne joue pas de rôle dans l'organisation ou non d'expositions temporaires.

En 2024, les musées totalisent 223 expositions temporaires; ce chiffre était de 236 pour l'année 2023.

La Figure 19 permet de constater, qu'entre 2023 et 2024, le nombre de musées qui se sont limités à 1 exposition temporaire sur l'année a augmenté, passant de 37% à 47%. En revanche il y a toujours, au cours de ces deux années, un noyau dur de quelques musées qui organisent au minimum 5 expositions temporaires par an.

Les croisements effectués indiquent que la fréquence des expositions temporaires n'est liée ni à la catégorie de musées, ni au fait d'être ou non subventionné par la FW-B, ni à la localisation géographique des musées répondants.

**Figure 19. Évolution du nombre d'expositions temporaires entre 2023<sup>91</sup> et 2024<sup>92</sup>**



**Tableau 14. Caractéristiques du nombre d'expositions temporaires entre 2023 et 2024**

	En 2023	En 2024
Minimum	1	1
Moyenne	2,7	2,5
Médiane	2	2
Maximum	15	13

Dans cette enquête 2024, deux nouvelles questions ont été introduites relatives aux expositions temporaires.

La première s'intéresse aux types de matériel utilisés pour la scénographie en distinguant le matériel neuf, permanent et/ou recyclé. Les musées pouvaient choisir plusieurs modalités de réponse.

91 Taux de réponse: 76%.

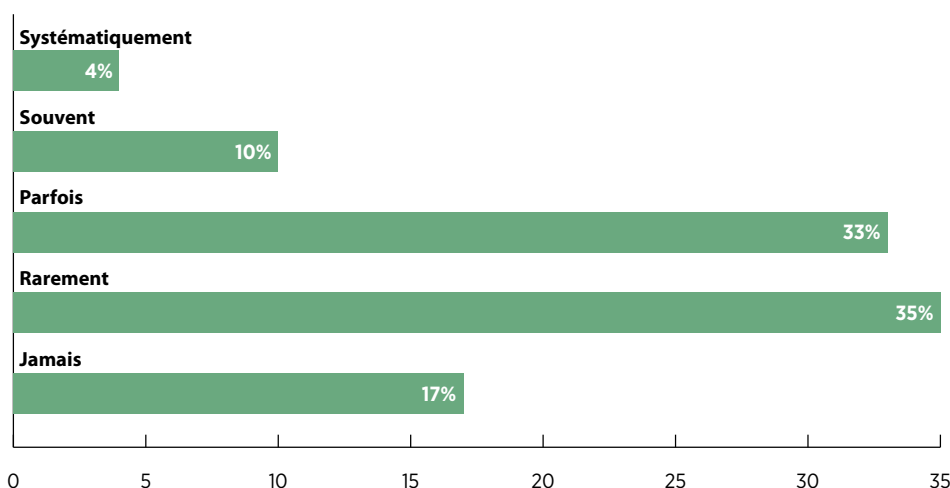
92 Taux de réponse: 78%.

Il ressort de l'enquête, que les musées diversifient les types de matériel utilisés<sup>93</sup> pour les scénographies de leurs expositions temporaires: 82% utilisent du matériel permanent, 73% utilisent du matériel recyclé et 43% utilisent du matériel neuf pour chaque nouvelle exposition.

La seconde question portait sur la fréquence d'emprunt de matériel pour organiser des expositions temporaires.

Les données recueillies semblent indiquer que l'emprunt de matériel n'est pas très fréquent.

**Figure 20. Fréquence d'emprunt de matériel pour les scénographies d'expositions temporaires<sup>94</sup>**



Enfin, une dernière question posée à l'ensemble des répondants et relative à l'accueil d'expositions temporaires extérieures, qu'ils organisent ou non des expositions temporaires, ne permet pas de dégager une tendance forte puisque les avis sont partagés: 52% des musées déclarent en avoir organisé au cours des cinq dernières années, 48% déclarent le contraire<sup>95</sup>.

Les croisements effectués indiquent qu'il n'y a pas de lien avec le fait d'organiser des expositions temporaires, ni avec le fait d'être ou non subventionné par la FW-B.

Dans l'enquête 2014, la part des musées qui déclaraient accueillir des expositions temporaires extérieures était plus importante: 60%.

## 2.7.2. Médiation des publics

Les musées consacrent un total de 207 ETP<sup>96</sup> à la médiation des publics, ce qui fait une moyenne de 2 ETP par musée (la médiane se situe à 1).

Relevons que 17 musées ont déclaré ne pas avoir d'ETP sur payroll qui soit dédié à la médiation des publics.

Ces constats ne sont pas liés au fait d'être ou non un musée subventionné par la FW-B ni à la catégorie de musées.

Par contre, la localisation géographique des musées joue un rôle dans le nombre d'ETP consacrés à la médiation des publics. Ainsi, c'est au

<sup>93</sup> Taux de réponse: 99%. La question étant à choix multiples, le total des pourcentages est supérieur à 100%.

<sup>94</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>95</sup> Taux de réponse: 98%.

<sup>96</sup> Taux de réponse: 89%.

cœur des musées situés en Région bruxelloise et à Liège que le nombre moyen d'ETP par musée est le plus élevé (respectivement 2,6 et 2,3). À l'inverse, c'est pour les musées situés dans le Brabant wallon et dans la province du Luxembourg qu'il est le plus faible (respectivement 0,5 et 1). La province du Hainaut se situe au milieu avec un nombre moyen d'ETP par musée qui se situe à 1,8.

Le recours à des guides extérieurs est très répandu : cela concerne 71% des musées<sup>97</sup>. Ce résultat est en augmentation par rapport à l'enquête précédente où 53% des musées avaient déclaré faire appel à des guides extérieurs.

Les croisements nous indiquent que cette pratique n'est pas liée à la catégorie de musées, au statut juridique ou encore à la localisation géographique.

En revanche, cette pratique est plus rencontrée au sein des musées subventionnés : 86% d'entre eux ont recours à des guides extérieurs tandis que la part est de 49% pour les musées non subventionnés.

Sur l'ensemble des guides, la part des guides extérieurs représente, en moyenne, 61%<sup>98</sup> (la médiane est à 65%). Cette part n'est pas liée au fait d'être ou non subventionné.

Relevons que 11 des 82 musées concernés déclarent recourir exclusivement à des guides extérieurs. Ces musées ne sont pas spécifiquement liés à une catégorie de musées.

En comparaison avec l'enquête 2014, il semblerait qu'un effort important ait été fait par les musées pour proposer leurs activités dans une autre langue que le français. Bien que la question dans l'enquête 2014 visait exclusivement les langues dans lesquelles les visites guidées étaient proposées, nous constatons dans la nouvelle enquête, qu'une part plus importante de musées offrent leurs activités en néerlandais (80% contre 74%), en anglais (74% contre 59%) et même en langue des signes (15% contre 7%); seul l'allemand est en baisse (31% contre 36%).

**Tableau 15. Langues proposées pour la médiation des publics<sup>99</sup>**

Français	100%
Néerlandais	80%
Anglais	74%
Allemand	31%
Langue des signes	15%

Dans la catégorie « Autre » (elle concerne 12 musées), sont principalement cités l'italien (7 fois) et l'espagnol (6 fois).

Comme le montre le Tableau 16, si les musées multiplient les outils de médiation des publics, ils privilégient néanmoins le guide du visiteur, le catalogue d'expositions temporaires ainsi que les QR Codes.

<sup>97</sup> Taux de réponse: 99%.

<sup>98</sup> Taux de réponse: 95%.

<sup>99</sup> Taux de réponse: 99%.

**Tableau 16. Outils de médiation des publics<sup>100</sup>**

Guide du visiteur	78%
Catalogue d'expos temporaires	57%
QR Codes	52%
FALC (langage Facile à Lire et à Comprendre)	25%
Audiodescription	23%
Bornes interactives	21%
Audio/visio-guides empruntables	20%
Applications téléchargeables	17%
Braille	15%
Interfaces virtuelles avec IA	2%

### 2.7.3. Médiation à l'égard des groupes scolaires

Les musées consacrent un total de 126 ETP<sup>101</sup> à la médiation à l'égard des groupes scolaires, ce qui fait une moyenne de 1,3 ETP par musée (la médiane se situe à 0,5).

Relevons que 36 musées ont déclaré ne pas avoir d'ETP sur payroll qui soit dédié à la médiation des groupes scolaires.

Ces constats ne sont pas liés au fait d'être ou non un musée subventionné par la FW-B ni à la catégorie de musées.

Par contre, à nouveau, la localisation géographique des musées joue un rôle dans le nombre d'ETP consacrés à la médiation des groupes scolaires. Ainsi, c'est au sein des musées situés en Région bruxelloise et dans les provinces du Hainaut et de Liège que le nombre moyen d'ETP par musée est le plus élevé (respectivement 1,7, 1,4 et 1,2). À l'inverse c'est pour les musées situés dans le Brabant wallon et dans la province du Luxembourg qu'il est le plus faible (0,4 dans les deux cas).

L'offre proposée par les musées va, pour 80% d'entre eux<sup>102</sup>, s'adresser à tous les niveaux d'enseignement. Notons néanmoins, qu'un musée sur cinq va prioriser un seul niveau d'enseignement: 13 des 24 musées concernés répondent qu'il s'agit de l'enseignement primaire, 3 le secondaire inférieur, 5 musées le secondaire supérieur et les 3 derniers l'enseignement supérieur.

Relevons que parmi ces 24 musées il y a autant de musées subventionnés que non subventionnés; il n'y a donc aucune corrélation.

Il n'y a pas non plus de lien entre l'offre des musées à l'adresse de tous les niveaux d'enseignement et leur localisation géographique ou leur catégorie.

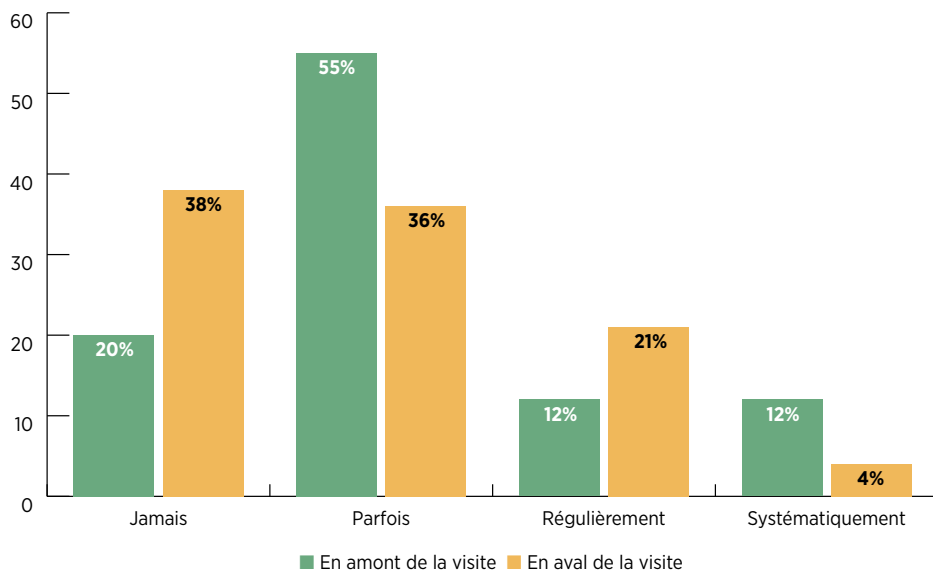
En dehors des animations qui se déroulent durant la visite de ces groupes scolaires, la Figure 21 confirme le constat qui avait déjà été formulé dans l'enquête 2014: la majorité des musées interviennent peu, voire jamais, en amont et/ou en aval de la visite.

<sup>100</sup> Taux de réponse: 97%.

<sup>101</sup> Taux de réponse: 84%.

<sup>102</sup> Taux de réponse: 100%.

**Figure 21. Intervention en amont et/ou en aval de la visite<sup>103</sup>**



Dans cette partie, de nouvelles questions en lien avec le Parcours d'Éducation culturelle et artistique (PECA) ont été ajoutées.

Le travail de sensibilisation au PECA effectué par l'Administration auprès des opérateurs culturels subventionnés semble porter ses fruits, en tout cas pour le secteur muséal. En effet, les croisements indiquent que les musées subventionnés par la FW-B se différencient des autres, pour l'ensemble des questions portant sur le PECA, exception faite de la question relative à l'impact de la mise en œuvre du PECA sur la fréquentation des groupes scolaires au sein de leurs institutions.

Ainsi, si 85% des musées déclarent avoir connaissance de l'existence du PECA<sup>104</sup>, à trois exceptions près, nous y retrouvons tous les musées subventionnés (soit 95%), alors que pour les musées non subventionnés, la part est moins élevée (71%).

Près de deux tiers (65%)<sup>105</sup> des musées qui connaissent le PECA se disent impliqués dans une plateforme territoriale PECA. Ici aussi la part dans les musées subventionnés est plus élevée que dans les musées non subventionnés (77% contre 44%).

L'écart se marque encore davantage lorsqu'il s'agit d'évaluer l'impact de la mise en œuvre du PECA sur le contenu de la programmation.

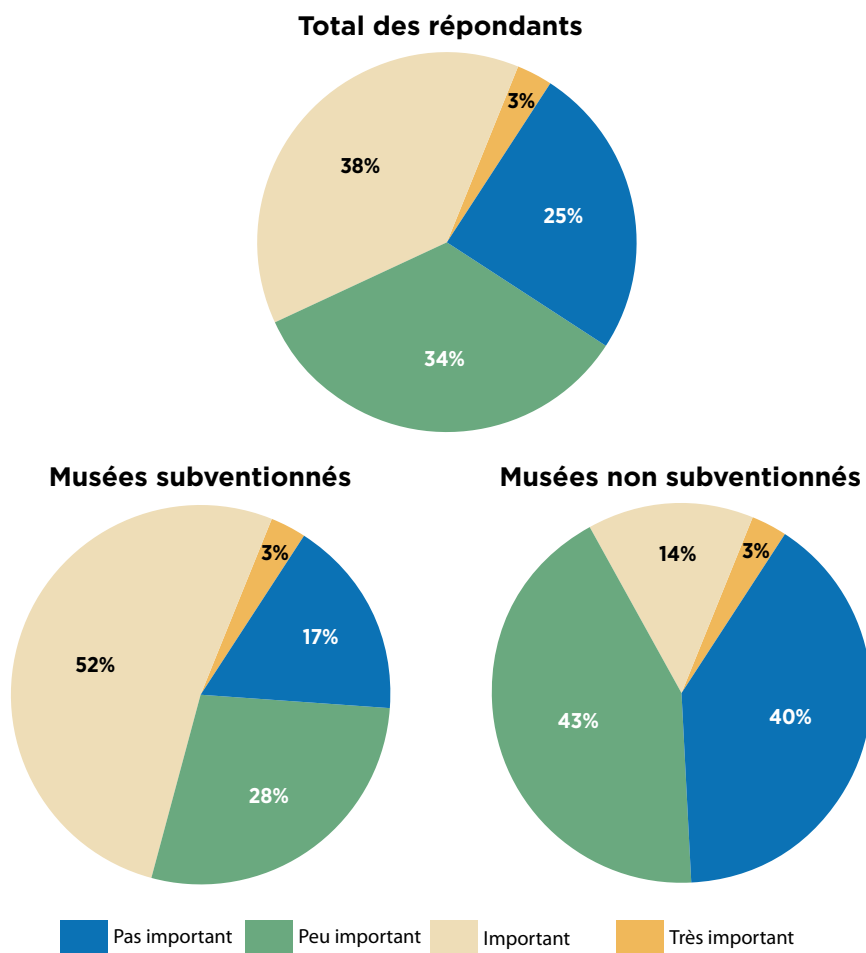
Comme l'illustre la Figure 22, plus de la moitié des musées subventionnés déclarent que cet impact est important, voire très important, alors que 83% des musées non subventionnés estiment cet impact comme peu, voire pas important.

<sup>103</sup> Taux de réponse: 97%.

<sup>104</sup> Taux de réponse: 99%.

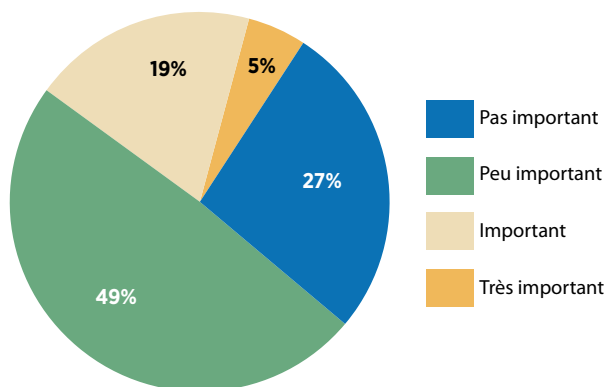
<sup>105</sup> Taux de réponse: 99%.

**Figure 22. Impact de la mise en œuvre du PECA sur le contenu de l'ensemble de la programmation**<sup>106</sup>



Enfin, lorsqu'il s'agit d'évaluer l'impact de la mise en œuvre du PECA sur la fréquentation des groupes scolaires, les avis des musées convergent (il n'y a plus de lien avec le fait d'être ou non subventionné) : la grande majorité (76%) déclarent qu'il est peu, voire pas important.

**Figure 23. Impact de la mise en œuvre du PECA sur la fréquentation des groupes scolaires**<sup>107</sup>



<sup>106</sup> Taux de réponse = 96%.

<sup>107</sup> Taux de réponse = 95%.

## 2.8. RECHERCHE

30%<sup>108</sup> des musées se disent informés des différents programmes de recherche qui concernent leur institution: la part est de 43% parmi les musées subventionnés contre 18% au sein des musées non subventionnés.

Notons qu'il n'y a pas de lien avec la catégorie de musées.

32% des musées<sup>109</sup> déclarent avoir des membres de leur personnel qui participent à un centre de recherche et/ou qui sont chargés de cours.

Parmi eux se trouvent 15 des 32 musées ayant déclaré être informés des différents programmes de recherche qui concernent leur institution.

L'implication des membres du personnel dans un centre de recherche et/ou en tant que chargés de cours est plus souvent rencontrée dans les musées subventionnés où 45% des musées nous répondent par l'affirmative à cette question, que dans les musées non subventionnés où ils ne sont que 18%.

La localisation géographique des musées va également jouer un rôle sur cette variable.

Ainsi, c'est au cœur des musées situés dans le Hainaut que la part des musées ayant des membres de leur personnel qui participent à un centre de recherche et/ou qui sont chargés de cours est la plus élevée: 54% alors qu'elle est de 41% pour les musées situés dans la province de Liège, 33% pour la province de Namur, 18% pour la Région bruxelloise, 11% pour la province du Luxembourg et 0% pour les musées situés en Brabant wallon (pour rappel, cela ne concerne que 3 répondants).

Notons enfin qu'il n'y a pas de lien avec la catégorie de musées.

## 2.9. OUTILS ET SUPPORTS DE COMMUNICATION

### 2.9.1. Site internet et réseaux sociaux

Une très grande majorité des musées (96%)<sup>110</sup> disposent d'un site internet. Ce résultat est en augmentation par rapport à l'enquête 2014 (93%).

Comme constaté déjà pour la médiation des publics, il semblerait que les musées aient également amélioré l'accessibilité de leur site internet en proposant celui-ci dans d'autres langues que le français.

À nouveau, en comparaison avec l'enquête 2014, la part des musées ayant opté pour l'allemand est en régression, passant de 17% à 13% dans l'enquête 2024. Pour le néerlandais et l'anglais, nous constatons une hausse non négligeable de la part des musées qui ont élargi leur offre vers ces langues: de 53% à 62% pour le néerlandais et de 41% à 51% pour l'anglais.

<sup>108</sup> Taux de réponse: 90%.

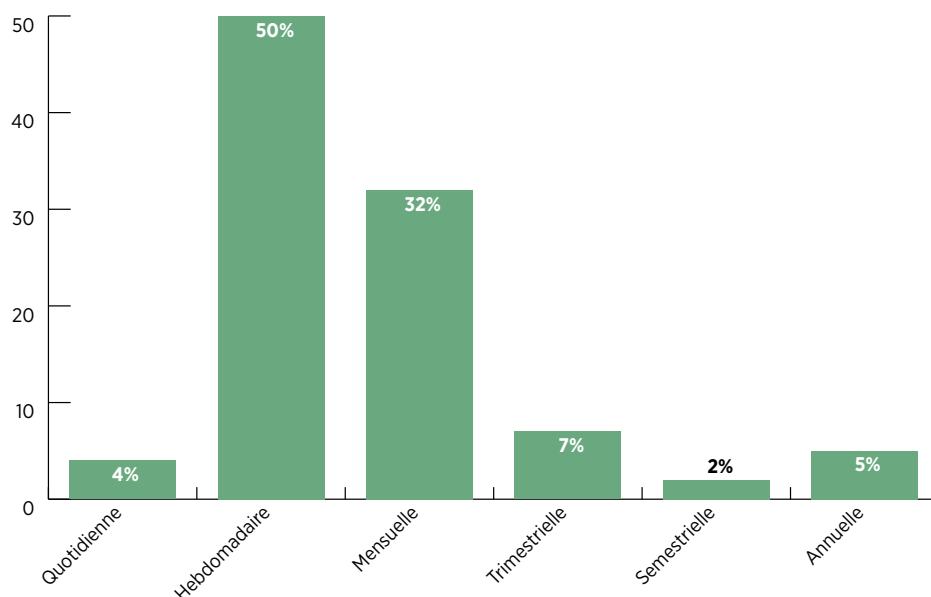
<sup>109</sup> Taux de réponse: 91%.

<sup>110</sup> Taux de réponse: 100%.

**Tableau 17. Langues proposées pour le site internet<sup>111</sup>**

Français	100%
Néerlandais	62%
Anglais	51%
Allemand	13%

La moitié des musées qui disposent d'un site internet l'alimentent de manière hebdomadaire.

**Figure 24. Fréquence d'alimentation du site internet<sup>112</sup>**


Deux tiers des musées<sup>113</sup> font un suivi de la fréquentation de leur site internet.

Ce constat est en hausse par rapport à l'enquête 2014 où le taux était de 54%.

De nouvelles questions ont été introduites dans la présente enquête portant sur la prise en compte ou non des réseaux sociaux dans la communication des musées.

Premier constat majeur: la quasi-totalité des musées (95%)<sup>114</sup> ont recours aux réseaux sociaux pour communiquer. Ensuite, les musées sont invités à citer (3 choix maximum), les principaux réseaux sociaux qu'ils utilisent et de les classer par ordre de priorité.

Les résultats illustrés au Tableau 18 sont le fruit d'un classement par citations c'est-à-dire du nombre de fois où la modalité de réponse a été choisie par le répondant: c'est Facebook et Instagram qui sont largement plébiscités par les musées.

111 Taux de réponse: 100%.

112 Taux de réponse: 99%.

113 Taux de réponse: 99%.

114 Taux de réponse: 100%.

**Tableau 18. Classement (sans ordre de priorité) des réseaux sociaux utilisés<sup>115</sup>**

Facebook	98%
Instagram	88%
Youtube	32%
Linkedin	29%
Snapshat	0%

Ce classement des réseaux par nombre de citations est similaire au classement obtenu par ordre de priorité. Ainsi, Facebook est largement classé en priorité 1 (82% des musées), Instagram en priorité 2 (69%) et Youtube en priorité 3 (25%).

Ensuite, s'agissant de l'alimentation de ces réseaux, elle se fait de manière hebdomadaire pour 84% des musées<sup>116</sup> tandis que 13% le font mensuellement (3% pour la fréquence trimestrielle et 0% pour la fréquence annuelle).

Notons également que 81%<sup>117</sup> de ces musées suivent la fréquentation de leur page/profil sur les réseaux sociaux.

Enfin, soulignons qu'une tendance émerge : celle du recours aux influenceurs qui concerne près d'un musée sur cinq (18%)<sup>118</sup>. Ce constat n'est cependant pas lié ni à la catégorie de musées, ni à la localisation géographique ni au fait d'être un musée subventionné par la FW-B.

### 2.9.2. Autres supports de communication

**Tableau 19. Autres supports de communication<sup>119</sup>**

Brochure/flyers/folder	97%
Affiche	85%
Lettre d'information (Newsletter)	76%
Dossiers de presse	67%
Achats d'espaces publicitaires (radio, TV, campagne sur les réseaux sociaux...)	61%

En comparaison à l'enquête 2014, la part des musées qui proposent une lettre d'information augmente : celle-ci passe de 43% à 76%. Quant aux supports papier, ils restent bien présents dans la démarche de communication : la part des musées concernés est restée la même, 97% dans les deux enquêtes.

### 2.10. PARTENARIATS-RÉSEAUX-COLLABORATIONS

La question des partenariats-réseaux-collaborations paraît essentielle dans la mesure où ceux-ci offrent la possibilité aux musées de créer des liens, dans et en dehors du secteur muséal, et d'associer des ressources, qu'elles soient humaines, techniques et/ou financières pour développer des projets communs.

<sup>115</sup> Taux de réponse : 84%.

<sup>116</sup> Taux de réponse : 100%.

<sup>117</sup> Taux de réponse : 100%.

<sup>118</sup> Taux de réponse : 100%.

<sup>119</sup> Taux de réponse : 97%.

Dans l'enquête 2024, tous les répondants sont membres d'une ou de plusieurs associations<sup>120</sup>. En comparaison à l'enquête 2014, c'est une augmentation importante puisqu'à la même question ils étaient 82% à répondre être membres d'une ou de plusieurs associations.

**Tableau 20. Associations auprès desquelles les musées sont membres**

MSW (Musées et Société en Wallonie)	73%
MuseumPassMusées (Pass musées)	62%
Attractions & Tourisme	60%
ICOM Belgique/Wallonie-Bruxelles (Conseil international des Musées)	57%
Brussels Museums	30%
Bouclier Bleu	4%

Comme c'était déjà le cas dans l'enquête précédente, c'est l'asbl Musées et Société en Wallonie (MSW) qui est le plus souvent citée. Sans surprise, il existe un lien entre cette affiliation et la localisation géographique des musées : 93% des musées qui sont membres de MSW sont situés en Wallonie. C'est également le cas pour Brussels Museums où, à l'exception d'un musée, tous les musées affiliés sont situés en Région bruxelloise.

Par contre, pour l'affiliation à ICOM et/ou au MuseumPASSMusées, le lien se situe plutôt sur le fait d'être ou non un musée subventionné. Ainsi, parmi les répondants, la part des musées subventionnés qui sont membres d'ICOM est de 68% contre 39% au sein des musées non subventionnés. Pour ce qui concerne le MuseumPASSMusées, la part des musées subventionnés qui en sont membres est de 80% contre 35% dans les musées non subventionnés.

Des partenariats peuvent également se créer avec des opérateurs actifs dans d'autres secteurs culturels (hors musées). C'est le cas pour 72% des musées<sup>121</sup> qui déclarent avoir, au cours des cinq dernières années, développé d'autres partenariats.

Ce constat n'est pas lié au fait d'être ou non un musée subventionné par la FW-B.

Il est alors demandé aux musées d'indiquer avec quels types d'opérateurs culturels des partenariats ont été créés. Les centres culturels restent, comme dans l'enquête 2014, le partenaire le plus fréquemment cité, avec néanmoins un taux moins important (il était de 74%).

120 Taux de réponse : 98%.

121 Taux de réponse : 98%.

**Tableau 21. Partenariats privilégiés dans le domaine culturel<sup>122</sup>**

Centres culturels	56%
Bibliothèques	38%
Artistes ou institutions relevant de la musique	30%
Sociétés d'histoire et d'archéologie	23%
Éducation permanente	23%
Théâtres	20%
Centres d'archives	19%
Organisations de jeunesse	15%
Artistes ou institutions relevant des arts forains, du cirque, et de la rue	10%
Centres d'expression et de créativité (CEC)	6%
Artistes ou institutions relevant de la danse	6%
Ludothèques	4%

### 2.11. LIENS CULTURE-TOURISME

Il est demandé aux musées de noter, sur une échelle de 0 à 10, quelle est, de leur point de vue, l'attractivité touristique de la ville/commune dans laquelle ils sont situés (0 = aucune attractivité; 10 = très forte attractivité).

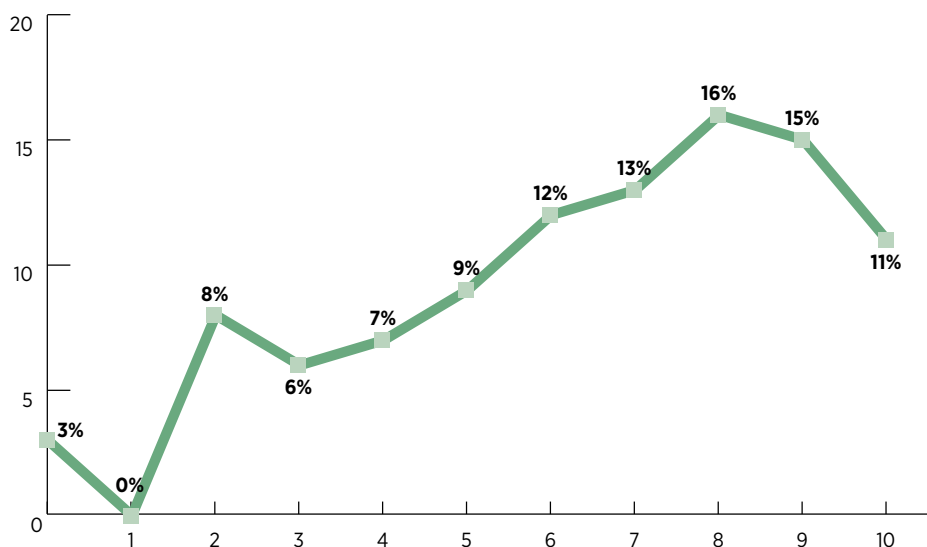
La Figure 25 illustre la répartition des musées répondants en fonction de la note qu'ils ont attribuée.

La note moyenne est de 6,4 tandis que la médiane est à 7.

Ce résultat est identique à celui qui était observé dans l'enquête 2014.

Notons également que si dans l'enquête 2014, la note attribuée était liée à la localisation géographique des musées, 10 ans plus tard ce n'est plus le cas. L'écart entre les notes moyennes calculées par province s'étant amenuisé sur cette période.

**Figure 25. Degré d'attractivité touristique de la ville/commune<sup>123</sup>**



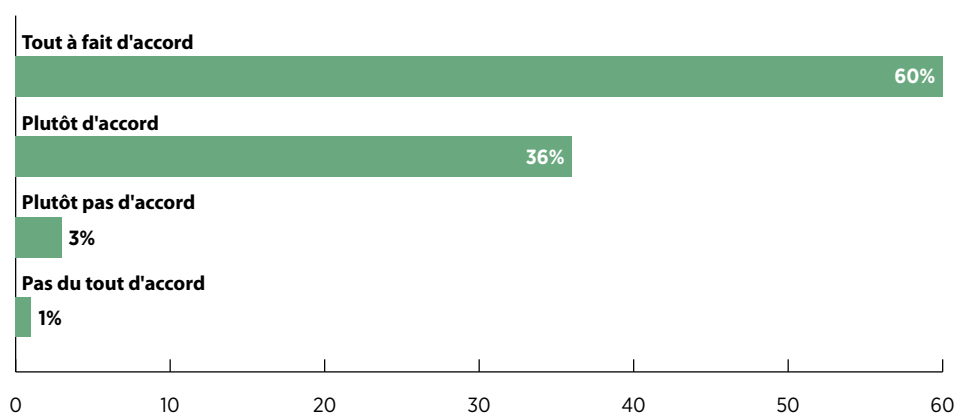
<sup>122</sup> Taux de réponse: 98%.

<sup>123</sup> Taux de réponse: 97%.

Il est ensuite demandé aux musées de se positionner (de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord ») sur les trois affirmations suivantes :

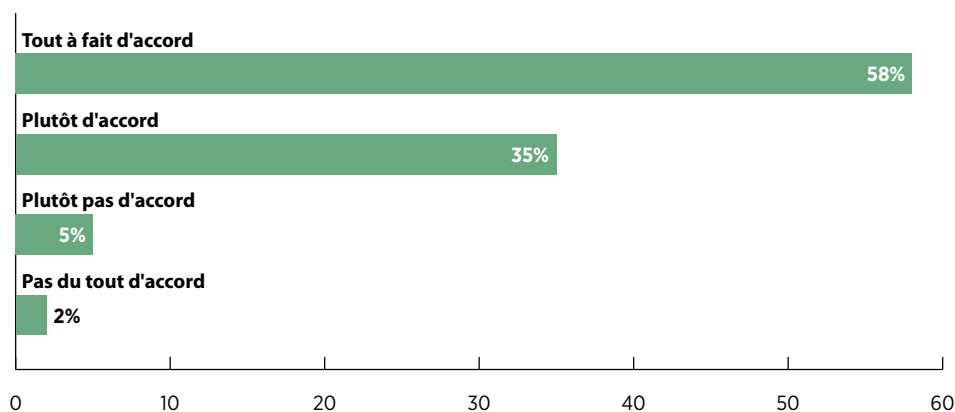
- Le tourisme est un vecteur puissant pour valoriser le patrimoine culturel ;
- Le patrimoine culturel est un levier prioritaire du développement touristique en Wallonie et à Bruxelles ;
- Il me semble important (pour mieux répondre aux attentes de nos publics et me différencier dans un contexte concurrentiel difficile) de m'engager dans une Démarche Qualité

**Figure 26. « Le tourisme est un vecteur puissant pour valoriser le patrimoine culturel »<sup>124</sup>**



La tendance observée dans l'enquête 2014 se confirme puisque cette première affirmation fait quasiment l'unanimité auprès des musées qui sont plutôt d'accord, voire tout à fait d'accord, pour dire que le tourisme est un vecteur puissant pour valoriser le patrimoine culturel.

**Figure 27. « Le patrimoine culturel est un levier prioritaire du développement touristique en Wallonie et à Bruxelles »<sup>125</sup>**

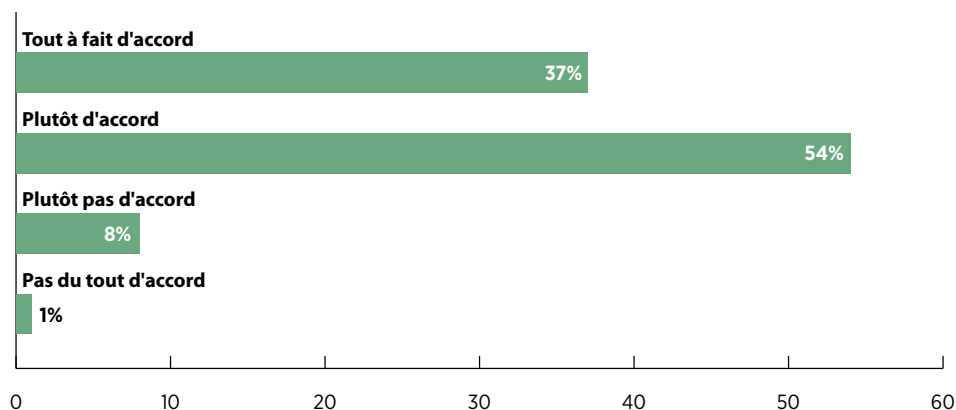


Cette seconde affirmation récolte également un avis positif pour quasiment l'ensemble des répondants, ce qui était déjà le cas dans l'enquête 2014.

<sup>124</sup> Taux de réponse : 99%.

<sup>125</sup> Taux de réponse : 97%.

**Figure 28. « Il me semble important (pour mieux répondre aux attentes de nos publics et me différencier dans un contexte concurrentiel difficile) de m'engager dans une Démarche Qualité »<sup>126</sup>**



Bien que globalement en concordance avec les résultats observés dans l'enquête 2014, des trois affirmations, c'est l'engagement dans une Démarche Qualité qui divise un peu plus les répondants. En effet, bien que 91% des musées se disent plutôt d'accord, voire tout à fait d'accord avec l'affirmation, la part des musées qui se déclarent tout à fait d'accord est moins importante que pour les deux autres affirmations.

L'asbl VISITWallonia, fruit d'un partenariat public-privé, et dont l'objectif est de prendre en charge le marketing et la promotion touristique de la Wallonie (en Belgique comme à l'étranger) a développé un outil régional de commercialisation (ORC) à destination du secteur touristique. Il peut être utilisé par les opérateurs qui proposent des hébergements et/ou des activités touristiques et consiste en un module de réservation.

Il est demandé aux musées situés en Wallonie, s'ils sont équipés de cet outil: 28% des musées concernés<sup>127</sup> en disposent.

L'intérêt pour ce type d'outil est présent pour 45%<sup>128</sup> des musées qui n'en disposent pas encore.

Enfin, pour clôturer cette thématique, chaque musée définit son profil en indiquant l'importance (en %) accordée à chacune des dimensions suivantes: culturelle, patrimoniale, touristique.

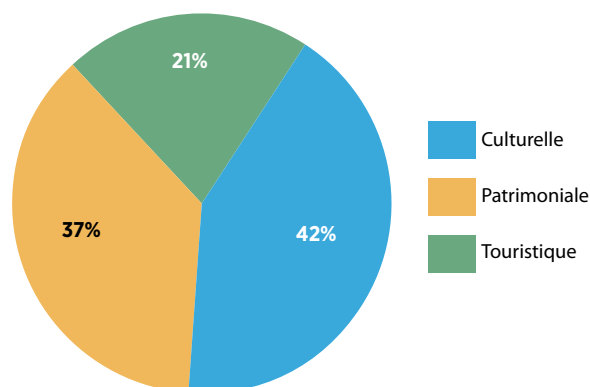
Sur cette base, un profil moyen sur l'ensemble des répondants peut être construit et c'est la dimension culturelle qui arrive en première position dans la définition du profil de ces musées.

<sup>126</sup> Taux de réponse: 97%.

<sup>127</sup> La question a été posée à 82 musées et le taux de réponse est de 96%.

<sup>128</sup> Taux de réponse: 82%.

**Figure 29. Profil moyen des musées sur base de trois dimensions<sup>129</sup>**



Relevons que :

- 5 musées n'accordent aucune place à la dimension culturelle alors que 3 ne se définissent que sur cette dimension ;
- 5 musées n'accordent aucune place à la dimension patrimoniale alors qu'un musée se définit uniquement sur cette dimension ;
- 12 musées n'accordent aucune place à la dimension touristique alors qu'aucun ne se définit que sur cette dimension ;
- le profil moyen n'est pas lié au fait d'être ou non un musée subventionné par la FW-B.
- seule la dimension culturelle est influencée par la catégorie de musées : c'est au sein des musées archéologiques que la part moyenne de la dimension culturelle est la plus faible : 31% alors qu'elle est de 33% pour les musées d'histoire, 39% pour les musées ethnologiques (folklore, patrimoine immatériel...), 47% pour les musées d'art (littérature, BD, arts anciens, arts modernes, photos...) et les musées ayant opté pour la catégorie sciences/techniques/industries.

## 2.12. DÉVELOPPEMENT DURABLE

Cette thématique a été introduite dans l'enquête 2024.

Le secteur touristique porte depuis de nombreuses années déjà un intérêt pour le développement durable. Le label Clé vert/Green Key, écolabel international illustre parfaitement le souhait de mettre en avant les infrastructures touristiques qui œuvrent au respect de l'environnement, à une meilleure gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie.

Le secteur muséal fait partie des institutions qui peuvent prétendre à ce label.

Au sein de nos répondants, seul 1 musée dispose déjà du label Clé verte/Green Key et un autre musée est en cours de reconnaissance<sup>130</sup>.

Ils sont plus nombreux (20 musées) à déjà détenir un autre label, celui du Bienvenu vélo/Bike Friendly ou à être en procédure de reconnaissance (6 musées)<sup>131</sup>. Ce label garantit des équipements et des services adaptés à l'accueil des cyclistes.

Dans cette partie, sont également reprises à l'identique, et à des fins de comparaisons, les questions d'un sondage réalisé par l'OWT en mars 2024 et auquel 56 musées (sur un total de 89 interrogés) ont participé.

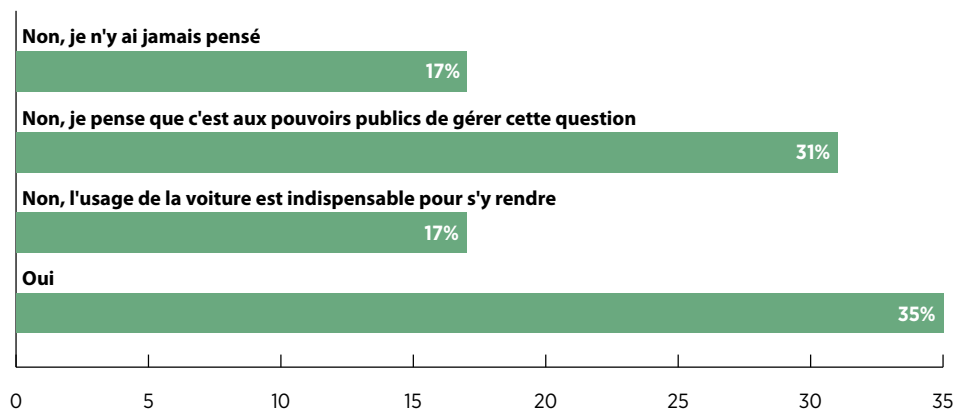
<sup>129</sup> Taux de réponse : 97%.

<sup>130</sup> Taux de réponse : 93%.

<sup>131</sup> Taux de réponse : 97%.

La première question a pour but de voir si certains musées ont déjà mis en place des mesures/initiatives pour limiter l'usage de la voiture de/vers les musées. C'est le cas pour un peu plus d'un tiers des répondants à notre enquête.

**Figure 30. Existence de mesures/initiatives pour limiter l'usage de la voiture de/vers les musées**<sup>132</sup>



Dans le sondage réalisé par l'OWT la tendance est plus affirmée: 50% disent avoir déjà pris des mesures/initiatives. À l'inverse, seulement 8% des musées ont déclaré que c'était aux pouvoirs publics de gérer cette question alors que dans notre enquête ils sont 31%.

La seconde question porte sur les types de mesures/initiatives.

Dans notre enquête, les musées optent en priorité pour les deux actions suivantes :

- Informer sur l'offre de transports en commun ;
- Mettre à disposition des équipements/services permettant l'accueil des cyclistes.

**Tableau 22. Mesures/initiatives pour limiter l'usage de la voiture de/vers les musées**<sup>133</sup>

Informations sur l'offre de transports en commun	79%
Mise à disposition d'équipements/services permettant l'accueil des cyclistes	71%
Incitation/organisation de covoiturage pour le personnel	26%
Mise en location de vélos ou autres modes doux (trottinettes...)	5%
Politiques tarifaires incitatives (ex : prix réduits si utilisation de transports en commun pour se rendre au musée)	3%
Organisation de navettes de/vers le musée	0%

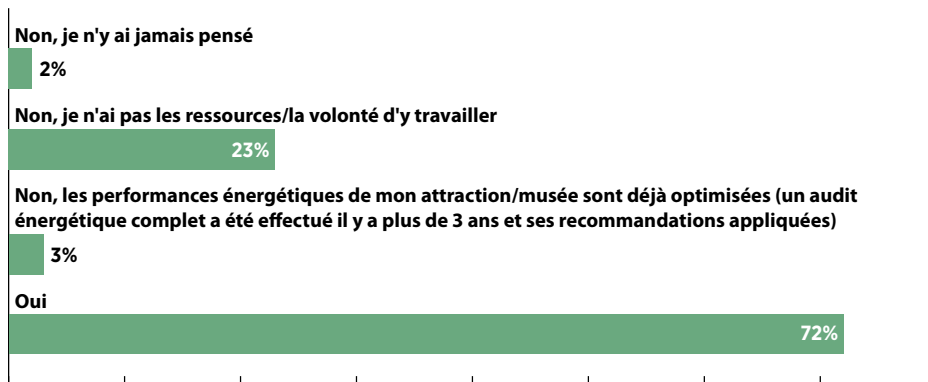
La modalité « autre » a été choisie par 2 musées ; il n'était pas demandé de préciser le libellé. Le classement observé ici est identique à celui observé dans le sondage OWT avec toutefois, dans ce dernier, une tendance plus marquée de la part des musées ayant pris comme mesures/initiatives, le fait d'informer sur l'offre de transport en commun (92%). Dans les deux enquêtes, l'absence de musées ayant pris comme action d'organiser des navettes de/vers les musées est constatée.

<sup>132</sup> Taux de réponse: 95%.

<sup>133</sup> Taux de réponse: 97%.

La troisième question a pour but de savoir si certains musées ont déjà mis en place des mesures pour réduire leur consommation énergétique, ce qui est le cas pour 72% des répondants à notre enquête. Ce constat est assez similaire à celui observé dans l'enquête OWT où la part est de 68%. La répartition des avis des musées sur les autres modalités de réponse est, à quelques pourcentages près, le même dans les deux enquêtes.

**Figure 31. Prise de mesures, au cours des 3 dernières années, pour réduire la consommation énergétique des musées<sup>134</sup>**



La dernière question vise à identifier les types de mesures prises par les musées qui se sont engagés dans une réduction de leur consommation énergétique.

**Tableau 23. Mesures pour réduire la consommation énergétique des musées<sup>135</sup>**

Remplacement/amélioration du système d'éclairage (ex : ampoules économiques, détecteurs automatiques...)	80%
Modification de certaines pratiques de gestion (ex : limitation du chauffage dans certaines pièces, compteurs individuels, domotique...)	73%
Amélioration du système de chauffage	47%
Renforcement de l'isolation du(des) bâtiment(s)	20%
Réalisation d'une analyse de la consommation énergétique et/ou de l'empreinte carbone du(des) bâtiment(s)	19%
Installation de panneaux photovoltaïques, pompe à chaleur ou autre dispositif d'autoproduction d'énergie	14%
Réalisation d'un audit énergétique complet avec détermination du PEB du(des) bâtiment(s)	13%
Incitation vers les clients d'opter pour des comportements limitant leur impact environnemental	7%
Certification des performances énergétiques du(des) bâtiment(s) (ex : label Clé verte ou Eco-label)	4%

La modalité « autre » a été choisie par 4 musées ; il n'était pas demandé de préciser le libellé.

Si le classement des 3 mesures les plus citées par les musées est identique dans les deux enquêtes, la tendance est moins marquée dans le sondage OWT où 58% optent pour le remplacement/amélioration du système d'éclairage, 55% pour la modification de certaines pratiques de gestion et 23% pour l'amélioration du système de chauffage.

<sup>134</sup> Taux de réponse : 98%.

<sup>135</sup> Taux de réponse : 100%.

## 2.13. GESTION DU PERSONNEL

### 2.13.1. Évolution et types d'emploi

Le secteur muséal n'a pas échappé à la pandémie COVID-19. La fermeture globale des musées a constitué un événement exceptionnel, et comme dans de nombreux autres secteurs culturels, n'a pas été sans conséquence sur le plan économique.

C'est la raison pour laquelle nous avons souhaité, dans la partie dédiée à la gestion du personnel des musées prendre en considération l'emploi avant et après la pandémie, soit pour les années 2019 et 2023.

**Tableau 24. Répartition du personnel en 2019<sup>136</sup> et 2023<sup>137</sup>**

Sur la période observée, une hausse des différentes catégories de per-

	2019			2023		
	ETP sur payroll	ETP mis à disposition	ETP externalisés	ETP sur payroll	ETP mis à disposition	ETP externalisés
Total	721,4	245,6	173,0	809,4	326,1	178,8
Minimum	0	0	0	0	0	0
Moyenne	8,5	4,7	4,9	9,2	5,9	5,0
Médiane	4	1	0	4,4	1	0
Maximum	131	75	114	179	65	117

sonnel apparaît, qui est de l'ordre de :

- 12% pour les ETP sur payroll;
- 33% pour les ETP mis à disposition;
- 3% pour les ETP externalisés.

Notons également que 11 des 85 musées qui répondent à cette question déclarent ne pas avoir de personnel sur payroll.

La question de l'emploi de personnes porteuses d'un handicap est déjà abordée dans l'enquête 2014 et, au vu des résultats de la présente enquête, nous constatons une situation de statu quo. Ainsi, dans la présente enquête, 15% des musées<sup>138</sup> (16% dans l'enquête 2014) ont, parmi leur personnel employé et/ou mis à disposition, des personnes souffrant d'un handicap : cela représente, pour 2023, un total de 20,6 ETP<sup>139</sup>, soit une moyenne de 1,2 ETP par musée concerné (la médiane est à 1 ETP).

Le volontariat, quant à lui, joue toujours un rôle significatif et indispensable pour le secteur muséal, bien que la part des musées concernés soit en baisse par rapport à l'enquête précédente. Ainsi, le recours à des volontaires (en dehors des personnes qui siègent dans les instances de décision) concerne, dans l'enquête 2024, 61% des répondants<sup>140</sup> contre 72% dans l'enquête 2014.

Ce recours au volontariat n'est pas lié à la catégorie de musées ou au fait d'être subventionné ou non par la FW-B. En revanche, il est lié à la locali-

<sup>136</sup> Taux de réponse: 75%.

<sup>137</sup> Taux de réponse: 79%.

<sup>138</sup> Taux de réponse: 98%.

<sup>139</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>140</sup> Taux de réponse: 99%.

sation géographique des musées. Ainsi, c'est en province du Luxembourg et dans la Région bruxelloise que la part des musées qui font appel à des volontaires est la plus élevée (respectivement 89% et 80%). À l'inverse, c'est dans le Hainaut et à Liège qu'elle est la plus faible (respectivement 31% et 59%). Les provinces de Namur et du Brabant wallon se situent entre les deux (avec respectivement 75% et 67%).

Pour 73% de ces musées<sup>141</sup>, le volume d'heures assurées par les volontaires est moins important que celui presté par le personnel de l'institution (14% déclarent qu'il est plus important et 13% qu'il est équivalent).

### 2.13.2. Profil du personnel selon les fonctions occupées

Il est demandé aux musées, pour différentes fonctions, de répartir, en pourcentage, le personnel selon trois catégories : personnel interne, externe et volontaires.

Sur cette base, pour chacune des fonctions, un profil moyen a été calculé, c'est-à-dire une répartition moyenne des trois catégories de personnel, calculée sur l'ensemble des musées.

Ce profil moyen permet de voir que les fonctions de secrétariat et de régie des collections, ainsi que les fonctions de conservation, documentation, archives et inventaire ou encore la gestion de la boutique, sont presque exclusivement assurées par du personnel interne aux musées. Pour d'autres fonctions, le recours au personnel externe est bien marqué. C'est le cas pour l'Horeca, la comptabilité, le service technique, le service de sécurité/gardiennage, la médiation des publics mais également la promotion, le graphisme et la communication. Enfin, cette analyse permet de voir que les volontaires sont présents dans chacune des fonctions muséales, mais en priorité au niveau de l'Horeca, de l'accueil et de la médiation des publics.

**Tableau 25. Profil moyen des catégories de personnel selon les fonctions**

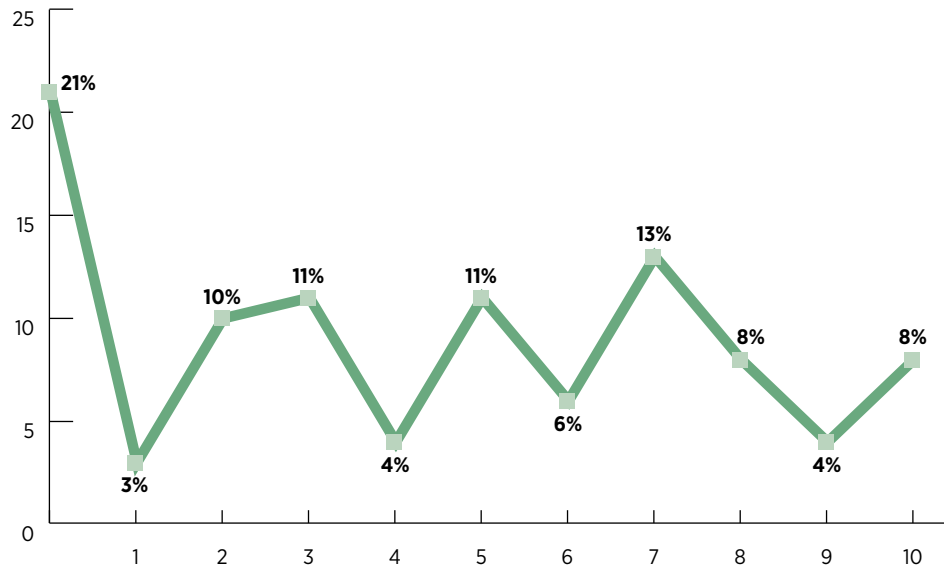
	Personnel interne	Personnel externe	Volontaires
Accueil	79%	7%	14%
Médiation des publics	69%	18%	13%
Promotion, graphisme et communication	79%	17%	4%
Comptabilité	71%	20%	9%
Documentation, archives, inventaire	89%	1%	10%
Scénographie	79%	12%	9%
Conservation	91%	3%	6%
Régie des collections	93%	2%	5%
Sécurité/gardiennage	73%	19%	8%
Service technique	74%	21%	5%
Secrétariat	93%	1%	6%
Boutique	89%	1%	9%
Horeca	48%	32%	20%

<sup>141</sup> Taux de réponse : 100%.

### 2.13.3. Recrutement du personnel

Pour cette nouvelle thématique introduite dans l'enquête 2024, il est demandé aux musées d'évaluer, avec une note de 0 à 10, quel est leur degré de difficulté pour recruter du personnel (0 = aucune difficulté ; 10 = beaucoup de difficultés).

**Figure 32. Degré de difficulté pour recruter du personnel**<sup>142</sup>



Les avis sont assez partagés comme en témoigne la note moyenne qui est de 4,4 tandis que la médiane est à 5.

Relevons qu'un musée sur 5 déclare n'avoir aucune difficulté pour recruter du personnel.

Les croisements effectués ne permettent pas de lier ces constats à la catégorie de musées, à la localisation géographique ou encore au fait d'être ou non un musée subventionné par la FW-B.

Les deux questions suivantes, qui portent d'une part sur les principales difficultés pour recruter du personnel et, d'autre part, sur les fonctions concernées par les difficultés de recrutement ne concernent que les 85 musées qui ont, a minima, attribué une note de 1/10 à la question précédente (cf. Figure 32).

Il n'existe pas de tendance marquée sur une modalité en particulier, les avis sont plutôt partagés, laissant entrevoir qu'il s'agit davantage d'une combinaison de plusieurs éléments qui rendent le recrutement difficile (cf. Tableau 26).

Néanmoins, près de la moitié des musées mettent en exergue que leurs difficultés se situent notamment au niveau de l'insuffisance de qualifications et/ou compétences linguistiques des candidats. Vient ensuite, l'insuffisance de qualifications et/ou compétences professionnelles des candidats.

<sup>142</sup> Taux de réponse: 92%.

**Tableau 26. Principales difficultés pour recruter<sup>143</sup>**

Candidats dont les qualifications et/ou compétences linguistiques sont insuffisantes pour la fonction	49%
Candidats qui ne semblent pas prêts à s'investir suffisamment dans la fonction (motivation, respect des horaires, intérêt pour la fonction...)	42%
Candidats dont les qualifications et/ou compétences professionnelles sont insuffisantes pour la fonction	37%
Candidats non intéressés par les conditions de travail proposées (salaire, horaires de travail...)	33%
Absence de candidat	18%
Candidats non intéressés par le type de contrat proposé en termes de durée ou de nombre d'heures de travail	18%
Candidats dont l'expérience est insuffisante	11%
Candidats intéressants mais qui déclinent l'offre après avoir pris conscience des contraintes liées à l'accessibilité du musée en transports en commun	5%

Pour ce qui concerne les fonctions qui posent des difficultés de recrutement, les résultats sont plus nets puisque deux d'entre elles sont en haut du classement: les fonctions liées à l'accueil et les fonctions liées à la médiation des publics.

**Tableau 27. Fonctions concernées par les difficultés de recrutement<sup>144</sup>**

Fonctions liées à l'accueil	59%
Fonctions liées à la médiation des publics	38%
Fonctions liées à l'administration (comptable, secrétaire...)	19%
Fonctions liées à la promotion/communication/graphisme	15%
Fonctions liées à la gestion du patrimoine (directeur de musée, conservateur, muséographe, collaborateur scientifique...)	13%
Fonctions liées à la restauration	9%

#### 2.13.4. Mutualisation des ressources humaines

La mutualisation des ressources humaines va au-delà des simples économies financières, bien souvent mises en avant comme principal atout. Elle permet également de tisser des liens entre les opérateurs culturels, favorisant ainsi la collaboration et le partage d'expériences.

30% des musées ayant répondu à l'enquête<sup>145</sup> déclarent en avoir déjà fait avec un ou plusieurs opérateurs culturels.

Cette pratique se rencontre davantage au cœur des musées subventionnés: 43% d'entre eux répondent par l'affirmative à la question alors que la part est de 14% dans les musées non subventionnés.

Cette mutualisation s'opère sur plusieurs fonctions au sein des musées, comme l'illustre le Tableau 28, mais deux fonctions semblent davantage concernées: la promotion/communication/graphisme d'une part, la médiation des publics, d'autre part.

143 Taux de réponse: 89%.

144 Taux de réponse: 93%.

145 Taux de réponse: 97%.

**Tableau 28. Fonctions concernées par la mutualisation des ressources humaines**<sup>146</sup>

Fonctions liées à la promotion/communication/graphisme	79%
Fonctions liées à la médiation des publics	79%
Fonctions liées à l'administration (comptable, secrétaire...)	56%
Fonctions liées à l'accueil	56%
Fonctions liées à la restauration	53%
Fonctions liées à la gestion du patrimoine (directeur de musée, conservateur, muséographe, collaborateur scientifique...)	47%

L'intérêt<sup>147</sup> pour cette pratique divise les musées n'ayant encore jamais mutualisé leurs ressources humaines avec un ou plusieurs opérateurs culturels (70% des musées sont concernés):

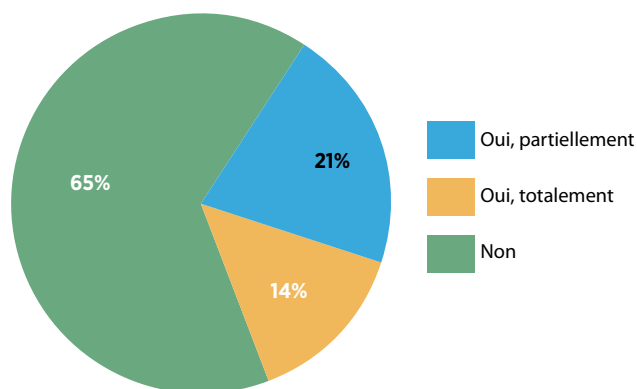
- 28% déclarent n'avoir aucun intérêt pour ce type de dispositif;
- 35% des musées y voient un intérêt peu élevé;
- 25% déclarent un intérêt élevé;
- 11% déclarent un intérêt très élevé.

## 2.14. FINANCES

Cette partie semble être la plus sensible pour les musées. En effet, dans les enquêtes 2004 et 2014, c'est celle qui récolte les taux de réponse les plus faibles aux différentes questions abordées. Cette expérience a conduit à réduire, dans la présente enquête, le nombre de questions abordées dans cette thématique, mais sans pour autant totalement nous départir de ce constat.

### 2.14.1. Comptabilité des opérateurs

58% des musées ont une comptabilité en partie double, 9% en partie simple tandis que pour 33% des musées, la comptabilité est gérée par un service public<sup>148</sup>. Parmi les répondants, près de 2/3 ne sont pas assujettis à la TVA.

**Figure 33. Assujettissement à la TVA**<sup>149</sup>

<sup>146</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>147</sup> Taux de réponse: 100%.

<sup>148</sup> Taux de réponse: 91%.

<sup>149</sup> Taux de réponse: 95%.

Enfin, 48% des musées répondants<sup>150</sup> complètent une déclaration pour la taxe patrimoniale annuelle sur les ASBL.

Si cette question est analysée uniquement au sein des musées qui ont déclaré être en ASBL émanant de pouvoirs publics et/ou ASBL, ce taux augmente et nous observons que 68% des musées sous statut d'ASBL émanant de pouvoirs publics complètent la déclaration et 63% des musées sous statut d'ASBL.

#### 2.14.2. Subsidies

Une série de subventions a été listée, elles sont classées par type/origine et les musées ont indiqué celles dont ils ont bénéficié en 2023. Sans surprise, les musées ont, pour plus de la moitié d'entre eux, bénéficié d'une subvention à l'emploi.

En dehors de la FW-B, les autres niveaux de pouvoirs (Région, Ville/Commune/Intercommunale, Province) constituent pour le secteur muséal, des soutiens financiers importants.

**Tableau 29. Subventions reçues en 2023<sup>151</sup>**

<b>Politique de l'emploi</b>	
APE/ACS	56%
PTP	0%
Maribel	16%
Activa	4%
<b>Formation</b>	
Fonds 4S	27%
<b>Fédération Wallonie-Bruxelles</b>	
Subv. de fonctionnement Musées (D024)	19%
Subv. de fonctionnement Éducation permanente	2%
Infrastructure	1%
Par projet	8%
WBI	2%
<b>Région wallonne</b>	
CGT pour la promotion touristique	12%
CGT pour les infrastructures	4%
CGT par projet	3%
SPW Territoire, Logement, Patrimoine, Énergie	5%
AWEX	0%
<b>Autre</b>	
Ville/Commune/Intercommunale	19%
Province	14%
COCOF	0%
Région bruxelloise	1%
État Fédéral	2%
Union européenne	2%
Autres opérateurs privés ou publics	6%

150 Taux de réponse : 85%.

151 Taux de réponse : 97%.

### 2.14.3. Compte de résultats

Malgré la limitation du nombre de questions relatives à la récolte de données financières, elle a obtenu un taux de réponse bien inférieur à celui des autres thématiques abordées.

La première question portait sur le résultat de l'exercice 2022 et 2023 : 48 musées sur les 117 fournissent des données pour 2023 et ils sont 49 musées pour l'année 2022.

Voici néanmoins, à titre d'information, la présentation des résultats de l'analyse (cf. Tableau 30).

Sur les 48 musées qui complètent les informations sur l'année 2022, 13 sont en bénéfice sur les deux années d'observation, 11 sont en perte et 7 atteignent le seuil de rentabilité.

**Tableau 30. Résultats de l'exercice pour les années 2022 et 2023**

	2022	2023
<b>Bénéfice</b>		
Nbre de musées concernés	20	23
Total	14 722 616,9	10 762 926,8
Minimum	2 000	2 256
Moyenne	736 130,8	467 953,3
Médiane	14 615,2	24 990
Maximum	13 842 164	9 868 384
<b>Perte</b>		
Nbre de musées concernés	20	19
Total	1 881 811,4	510 937,8
Minimum	2 504,5	510,5
Moyenne	94 090,6	26 891,5
Médiane	32 549,5	12 877,9
Maximum	433 413,9	156 423,7
<b>Ni perte ni bénéfice</b>		
Nbre de musées concernés	8	7

La seconde question porte sur le budget de 2024 : 64 musées fournissent un chiffre, ce qui représente un peu plus de la moitié seulement (55%).

**Tableau 31. Budget pour 2024**

Total	56 759 341,6
Minimum	300
Moyenne	873 220,6
Médiane	535 478,5
Maximum	3 993 211,6

La troisième question a pour but de récolter des données sur certains postes de recettes afin de calculer le poids de chacun d'eux dans le total des recettes. Mais la qualité des données recueillies associée au faible

taux de réponse ne permet pas de fournir des informations pertinentes, raison pour laquelle nous ne présentons pas les résultats.

Enfin, il a été demandé aux musées s'il leur arrivait d'avoir des difficultés pour payer les salaires et/ou leurs fournisseurs.

Ces questions, vraisemblablement moins sensibles ou demandant moins de recherche, obtiennent à nouveau des taux de réponse plus que satisfaisants.

S'agissant du paiement des salaires<sup>152</sup>, 68% des répondants déclarent ne jamais avoir de difficultés, 24% disent en avoir parfois, tandis que c'est souvent, voire toujours le cas pour respectivement 7% et 2%.

Pour ce qui concerne le paiement des fournisseurs<sup>153</sup>, 66% des répondants déclarent ne jamais avoir de difficultés, 32% disent en avoir parfois, tandis que c'est souvent le cas pour 2%.

#### 2.14.4. **Financement alternatif**

40% des musées<sup>154</sup> développent une démarche proactive de mécénat.

Cette démarche concerne davantage les musées subventionnés (42% d'entre eux) que les musées non subventionnés (24% d'entre eux répondent par l'affirmative à la question).

Par contre, aucun lien n'est observé avec le statut juridique, la catégorie de musées ou encore la localisation géographique.

Parmi ces musées, près de la moitié (48%)<sup>155</sup> a suivi une formation auprès de Prométhéa.

Pour ce qui concerne le sponsoring, le taux est équivalent : 41% des musées<sup>156</sup> développent une démarche proactive de sponsoring.

Cette démarche, à l'inverse de la précédente, n'est pas liée au fait d'être ou non un musée subventionné. Elle ne l'est pas non plus avec les autres variables de croisement (le statut juridique, la catégorie de musées ou encore la localisation géographique).

152 Taux de réponse : 87%.

153 Taux de réponse : 90%.

154 Taux de réponse : 86%.

155 Taux de réponse : 100%.

156 Taux de réponse : 91%.

## PARTIE 3 : CONCLUSION

La présente publication est le fruit d'une démarche d'enquête qui se veut pérenne au sein du secteur muséal et qui a été initiée pour la première fois en 2004. Cette démarche d'enquête récurrente présente un intérêt pour l'Observatoire des politiques culturelles car elle permet, au fil du temps, de confirmer ou d'infirmer les tendances observées dans les enquêtes précédentes mais également de mettre en exergue les changements et nouvelles orientations des musées dans les différentes thématiques abordées par ces enquêtes.

L'enquête 2024 nous a permis de récolter des données pour 117 musées répartis dans l'ensemble des provinces wallonnes et dans la Région bruxelloise. Parmi eux se trouvent des musées subventionnés par la FW-B (58%) et des musées non subventionnés par la FW-B (42%).

L'analyse des 12 thématiques qui traversent notre questionnaire conduit à de nombreux résultats que nous avons présentés tout au long de cette publication et dont nous reprenons ici quelques tendances principales.

Le statut d'ASBL reste, au fil du temps, le statut privilégié par les musées au moment de leur constitution.

Sur le plan des infrastructures, de nombreux musées sont propriétaires de leurs locaux (43%), même si la mise à disposition gratuite de locaux reste une pratique répandue (47%). Au regard des activités des musées, les locaux occupés semblent globalement adéquats sauf pour 18% d'entre eux qui les considèrent comme peu adéquats, voire pas du tout adéquats. Notons encore que près de la moitié des musées occupent des bâtiments classés (49%).

L'accessibilité, qui reste un sujet prioritaire pour le Gouvernement, a été investiguée sous divers angles. L'accessibilité temporelle, tout d'abord, qui permet de conclure à une large ouverture des musées tout au long de l'année (66% ouvrent plus de 250 jours par an). L'accessibilité géographique ensuite qui ne pose pas de problème majeur. Pour ce qui concerne l'accessibilité physique, les résultats indiquent, pour la plupart des types de handicap, une amélioration, depuis l'enquête 2014, de l'accessibilité du parcours de visite d'une part, de la formation du personnel d'accueil et du personnel de médiation, d'autre part. Enfin, notons, en comparaison avec l'enquête 2014, qu'une part plus importante de musées pratiquent désormais une ou plusieurs politiques de gratuité régulière (accessibilité financière) et que parmi eux, la proportion qui estime qu'elles ont un impact positif sur la fréquentation est également plus importante.

Pour étudier le public des musées, nous avons fait le choix de nous intéresser aux données de fréquentation des visiteurs. Les musées ont, depuis l'enquête 2014, davantage opté pour un système de billetterie. Ils ont accueilli, en 2023, 60% de visiteurs payants et 40% de visiteurs gratuits. En outre, ils constatent, depuis 2019, une hausse des visiteurs individuels, résultat qui n'est pas celui auquel aboutit le Service du Patrimoine de l'AGC sur base des chiffres communiqués par les musées subventionnés. Le format des données récoltées (réponse fermée unique à savoir hausse, baisse, ou statut quo dans notre enquête, données chiffrées pour les autres) explique sans doute les différences observées.

La politique tarifaire des musées est variable: le prix d'entrée pour un adulte varie de 2 à 15 euros, avec un prix moyen de 6,9 euros. Dans la

grande majorité des musées, les expositions temporaires se visitent sans supplément par rapport au ticket d'entrée pour l'exposition permanente.

Pour ce qui concerne les collections, en moyenne, les musées sont propriétaires de 60% de leurs pièces et les échanges entre musées se pratiquent toujours avec une intensité quasi identique à celle obtenue dans l'enquête 2014. Par ailleurs, nous identifions une forte orientation des musées vers la réalisation d'un inventaire sous format informatique alors que dans l'enquête 2014, la tendance était plus marquée pour un inventaire papier.

En termes de programmation, 86% des musées présentent leur collection de manière permanente et 85% organisent des expositions temporaires. Pour la scénographie de leurs expositions temporaires, les musées optent en priorité pour du matériel permanent et/ou recyclé, l'emprunt de matériel n'est pas très fréquent. La médiation des publics concerne, en moyenne, 2 ETP par musée (la médiane est à 1), le recours à des guides extérieurs y est plus largement répandu que dans l'enquête 2014 et les musées proposent davantage leurs activités dans une autre langue que le français. S'agissant plus spécifiquement de la médiation à l'égard des groupes scolaires, la tendance observée dans l'enquête 2014 se confirme : la majorité des musées interviennent peu, voire jamais, en amont et/ou en aval de la visite.

Moins d'un tiers des musées se disent informés des différents programmes de recherche qui concernent leur institution et/ou déclarent avoir des membres de leur personnel qui participent à un centre de recherche/sont chargés de cours.

Sur le plan de la communication, nous relevons, depuis l'enquête 2014, l'effort consenti par les musées pour améliorer l'accessibilité de leur site internet en le proposant dans une autre langue que le français et la part en hausse des musées qui font un suivi de la fréquentation de leur site internet. Enfin, il faut souligner l'utilisation quasi unanime par les musées des réseaux sociaux dans leur communication et de l'émergence du recours aux influenceurs (18% des musées sont concernés).

Concernant les partenariats/collaborations au sein du secteur culturel, les centres culturels restent l'opérateur privilégié et tous les musées sont membres d'une ou de plusieurs associations ; ce constat marque une hausse par rapport à l'enquête 2014.

Le lien entre culture et tourisme a également été abordé. Les résultats concernant l'évaluation de l'attractivité touristique de la ville/commune dans laquelle les musées sont situés sont quasiment identiques à ceux de l'enquête précédente : la note moyenne est de 6,4/10.

Dans l'enquête 2024, nous avons introduit quelques questions relatives au développement durable. Ainsi, nous découvrons qu'un peu plus d'un tiers des musées ont déjà mis en place des mesures/initiatives pour limiter l'usage de la voiture de/vers les musées et que 72% ont déjà mis en place des mesures pour réduire leur consommation d'énergie.

Au sein du personnel des musées, le recours au volontariat est toujours présent bien que la part des musées concernés soit en baisse depuis l'enquête 2014. Il se répartit sur l'ensemble des fonctions muséales mais davantage dans l'Horeca, l'accueil et/ou la médiation des publics. Les avis sont partagés quand il s'agit, pour les musées, d'évaluer leur degré de difficulté pour recruter du personnel : la moyenne est à 4,4/10 (la

médiane est à 5/10). Il semblerait, par ailleurs, que ce soit davantage une combinaison de plusieurs éléments qui rende le recrutement difficile. Mais, c'est en priorité pour les fonctions liées à l'accueil et à la médiation des publics que les difficultés se posent.

Pour terminer, et malgré nos précautions de réduire le nombre de questions, c'est la thématique relative aux finances qui obtient les plus faibles taux de réponse. Il convient donc d'être prudent quant à l'interprétation des résultats obtenus. S'agissant des subsides, plus de la moitié des musées ont reçu un subside à l'emploi et nous constatons que de nombreux musées bénéficient également d'autres types de subsides provenant des autres niveaux de pouvoir hors FW-B. Relevons encore que des musées développent une démarche proactive de mécénat (40%) et/ou de sponsoring (41%).

## **BIBLIOGRAPHIE**

Cosse, Véronique, Françoise Gohy et Isabelle Paindavoine. *Approches quantitative et qualitative du secteur muséal en Fédération Wallonie-Bruxelles*. Études n°6. Bruxelles: Observatoire des politiques culturelles, 2015.

Sbaraglia, Fanny et Isabelle Paindavoine (coord.). *Évaluation du Décret du 25 avril 2019 relatif au secteur muséal en Communauté française*. Études n°17: Bruxelles: Observatoire des politiques culturelles, 2025.









Études n°19 est téléchargeable sur le site  
de l'Observatoire des politiques  
culturelles à l'adresse <http://www.opc.cfwb.be>

**OBSERVATOIRE DES POLITIQUES CULTURELLES**

