

TÉMOIGNAGES

LES RETOURS DES ADHÉRENTS



Tourisme et musées, l'exemple du Musée Alpin de Chamonix

par Gabrielle Michaux

Le **musée Alpin** de Chamonix-Mont-Blanc est situé sur un territoire de tourisme international, celui du Mont Blanc, qui voit passer chaque année **4.3 millions de touristes**. Si le musée Alpin n'est pas la destination première de ces touristes, qui pratiquent un tourisme sportif (sports d'hivers, randonnée, alpinisme, trail) ou de contemplation de la nature (découverte des glaciers et de la haute montagne grâce aux trains touristiques ou aux téléphériques), il devient **une activité secondaire pour découvrir et comprendre le territoire**, ou une activité de replis l'été en cas de pluie.

Sans trop de moyens publicitaires, le musée recevait ces dernières années environ **18000 visiteurs par an** dont 40% d'étrangers. Parmi ceux ci, 15% de non européens, dont 50% venus d'Amérique du Nord et 28% d'Asie.



La crise mondiale liée à la pandémie de COVID 19 génère de nombreuses incertitudes sur la fréquentation de l'été qui constitue habituellement la haute saison.

Le musée a rouvert **depuis le 11 juin** sous une forme restreinte (4 jours par semaine) et s'apprête à ouvrir **de manière complète au 1er juillet** (tous les jours 10h-13h et 14h-17h30).

Cependant, les conditions de visites avec la mise en place des mesures barrières contre le virus **restreignent de manière importante la capacité d'accueil du musée :**

- nombre de visiteurs en simultanée limitée à 40 au lieu de 200 personnes
- gestion des flux de visiteurs entrant, avec une file d'attente qui va s'allonger les jours de mauvais temps
- pas de groupes cet été
- limitation de jauge à 10 personnes ou annulation des activités culturelles (visites guidées, activités familles ou  v nementiels).



Ces limitations vont certainement avoir des conséquences sur la fréquentation du musée en juillet et août, période de la plus forte affluence.

Le territoire voit arriver **ses premiers touristes depuis la mi juin**, avec aussi des voyageurs européens. **Les prévisions pour l'été sont plutôt bonnes** pour les hébergements en locatif et les camping, mais mauvaise pour les hôtels qui reçoivent les groupes. Ce contexte pourrait être favorable pour limiter la baisse de fréquentation du musée en été, mais **aura plus d'impact cet automne**.

Au delà de la question des chiffres de fréquentation du musée, la crise du tourisme international incite à envisager un positionnement du **musée plus tourné vers le public régional**. Pour celui-ci, l'attractivité du musée sera en grande partie liée à la **qualité** des expositions, notamment des expositions temporaires et aux propositions  v nementielles. **Cela rend d'autant plus nécessaire de faire aboutir le projet de rénovation du musée Alpin malgré les difficultés du moment**.

en ligne :

<https://musee-alpin-chamonix.fr/fr>

Facebook :

@museealpinchamonixcc

Instagram

@musee_alpin_chamonix

Nous remercions Gabrielle Michaux de nous avoir permis de partager son témoignage

