Des musées aux destinations : ce que la prescription muséale nous apprend sur l'expérience visiteur de demain

Le 6 juillet 2026

Et si la qualité d'une expérience touristique ne se mesurait plus seulement à ce que les visiteurs découvrent… mais aussi à ce qu'ils ressentent ?

Pendant longtemps, les professionnels du tourisme se sont posé une question simple : **que voulons-nous faire découvrir à nos visiteurs ?**

Aujourd'hui, une autre interrogation émerge progressivement :

Comment voulons-nous qu'ils se sentent lorsqu'ils repartent ?

Cette évolution traduit un changement profond des attentes. Les visiteurs ne recherchent plus uniquement des lieux à découvrir. Ils aspirent à vivre des expériences qui leur permettent de ralentir, de se reconnecter, de partager, de s'émouvoir ou simplement de passer un moment de qualité.

C'est cette réflexion qui m'a conduite à rencontrer **Rémi Foulon**, responsable Accessibilité et Inclusion des Musées de la Ville de Bruxelles. Leur expérimentation de prescription muséale, développée avec des professionnels de santé, dépasse largement le cadre médical. Elle interroge notre manière de concevoir l'accueil, la médiation et, plus largement, l'expérience visiteur.

Une expérimentation qui invite à regarder autrement les musées

Inspiré du modèle développé par le Musée des Beaux-Arts de Montréal, le projet bruxellois permet à certains professionnels de santé de proposer à leurs patients une visite gratuite dans plusieurs musées de la Ville de Bruxelles.

L'objectif n'est pas de remplacer un traitement médical. Il s'agit de considérer la culture comme une ressource complément

Mais ce qui e
transformati

Comme me l'
fonctionnem
sensorielles

Autrement d

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Au-delà de la prescription muséale, l'initiative bruxelloise rappelle une évidence souvent oubliée : une expérience réussie ne dépend pas uniquement de la richesse des collections ou de la qualité des contenus proposés.

Avant même de pouvoir apprécier une œuvre, un paysage ou un monument, un visiteur a besoin de :

- se repérer facilement ; comprendre ce qui lui est proposé ; se sentir accueilli ; évoluer dans un environnement rassurant ; vivre une émotion ; repartir avec un souvenir durable.

Ces besoins concernent tous les visiteurs : familles, seniors, touristes internationaux, personnes en situation de handicap, primo-visiteurs ou simplement personnes en quête d'un moment de respiration.

Ce qui est pensé pour des publics plus vulnérables améliore très souvent l'expérience de tous.

Quand le bien-être devient un indicateur de qualité

Le terme « bien-être » est souvent associé aux spas, aux stations thermales ou au tourisme de santé.

Pourtant, il peut être envisagé de manière beaucoup plus large.

Une expérience touristique contribue au bien-être lorsqu'elle réduit les sources de stress inutiles et favorise des émotions positives.

Cela peut passer par :

- une information claire avant la visite ;
- une signalétique intuitive ;
- un accueil bienveillant ;
- des espaces de repos ;
- une médiation accessible ;
- un rythme de visite adapté ;
- des occasions de participer plutôt que de simplement observer.

Le bien-être n'est donc pas une offre touristique spécifique.

Il devient la conséquence d'une expérience bien conçue.

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.









Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Une réflexion qui concerne l'ensemble des destinations

Les enseignements de Bruxelles dépassent largement le cadre des musées.

Ils interrogent l'ensemble des professionnels du tourisme.

- Comment un office de tourisme peut-il réduire la charge mentale d'un visiteur qui découvre une destination pour la première fois ?
- Comment un monument peut-il favoriser la contemplation plutôt que la consommation rapide de contenus ?
- Comment un parc, un jardin ou un espace naturel peuvent-ils devenir des lieux de respiration au cœur d'un séjour urbain ?
- Comment un hébergement peut-il contribuer à créer une expérience plus sereine ?

Autant de questions qui invitent à considérer le bien-être non comme un produit touristique, mais comme une qualité de l'expérience proposée.

Ce que disent les recherches

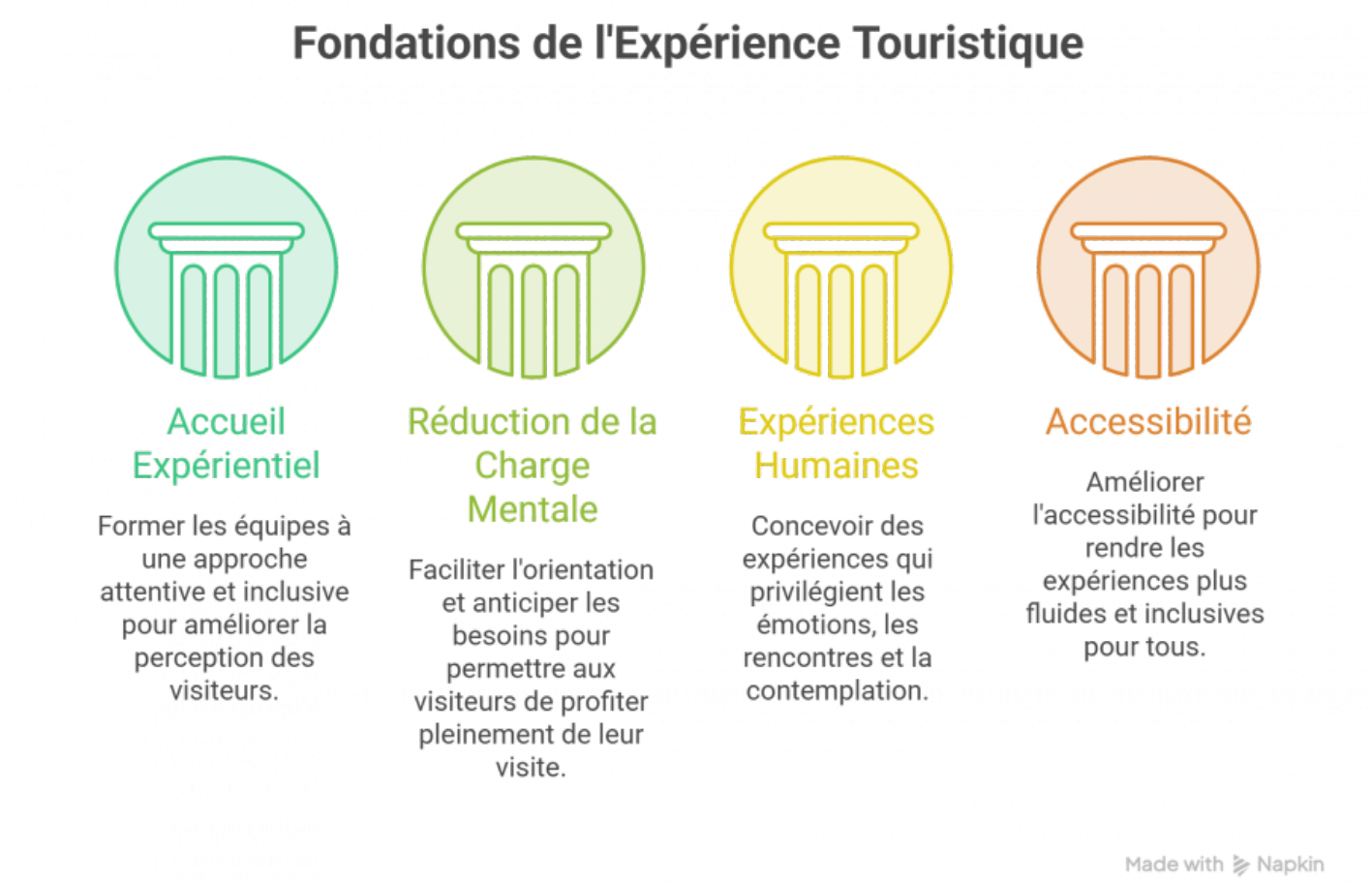
De nombreuses études internationales, notamment celles de l'Organisation mondiale de la Santé, montrent que les pratiques artistiques et culturelles peuvent contribuer au bien-être psychologique, au lien social et à la qualité de vie.

Sans faire des lieux culturels des espaces de soin, ces travaux rappellent que les expériences culturelles peuvent avoir un impact positif sur notre manière de nous sentir, de nous relier aux autres et de vivre notre environnement.

En parallèle, les grandes tendances observées dans le tourisme montrent une évolution des attentes vers davantage de ralentissement, de nature, d'authenticité, de convivialité et d'expériences porteuses de sens.

Quatre enseignements pour les professionnels du tourisme

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.



Charlotte Vella

Et si la véritable innovation était l'expérience humaine ?

La prescription muséale n'a probablement pas vocation à devenir un modèle reproduit partout.

En revanche, elle met en lumière une évolution de fond : les visiteurs accordent une importance croissante à la manière dont ils vivent une expérience, bien plus qu'à la seule liste des sites visités.

Pour les professionnels du tourisme, cette évolution ouvre de nouvelles perspectives.

Travailler sur l'accessibilité, la médiation, l'hospitalité, les ambiances de visite ou encore la qualité des parcours, ce n'est pas seulement améliorer un service.

C'est créer le

Et si la vérita

« Que voulon

mais plutôt :

« Comment v

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.